קפטן אינטרנט

מוסף הארץ למולטימדיה

http://www.haaretz.co.il/captain ● גיליון מס' 39 2.12.97



פרסום ברשת:
מי מרוויח, מי מפסיד
(עמ' 10)



● איך קונים מדפסת?
(עמ' 12)

● פוליטיקה וכדורגל
(עמ' 14)



תצלום: אי.פי

מתיו ביוון, בן 23 מלונדון, מחייך חיוך ערמומי מאחורי המשקפיים המוזרים שלו. ביום שישי שעבר הוא זוכה בבית משפט בלונדון מהאשמות שהאשים אותו חיל האוויר האמריקאי, לפיהן הוא פרץ למחשבים של החיל מביתו בלונדון, ויצר סיכון לביטחון הלאומי האמריקאי.

ביוון הואשם בשלושה אישומים שונים של חדירה בלתי חוקית ושינוי של מסמכים רגישים בתחום המחקר והפיתוח, שאוחסנו במחשבים של בסיס חיל האוויר האמריקאי גריפיס בניו יורק, ושל חברת הטילים לוקהיד־מרטין בקליפורניה. התביעה טענה, כי ביוון חדר למסמכים דרך האינטרנט, לאחר שרמס את התקני ההגנה של המחשבים בעבר השני.

אז או שהתביעה הלכה על האיש הלא־נכון או שביוון הצליח לטשטש את העקבות שלו בדרך מוצלחת מדי בשבילם. כך או אחרת, פחות חשוב מי האיש. חשובה יותר העובדה שהמחשבים הללו נפרצו. וכשהמחשבים של חיל האוויר האמריקאי נפרצים, קשה עוד יותר לשכנע את הגולש הממוצע שהכל בסדר ושהאינטרנט הוא מקום בטוח להיות בו. ונכון שאף האקר רציני לא יטריח את עצמו לבדוק מה יש במחשב של האדם הממוצע, ונכון שהאינטרנט הוא מקום בטוח יותר מהעולם האמיתי ברוב התחומים. אבל מה לעשות, כשמדובר בפחד, העובדות מעדיפות לזוז הצדה.



עדיין לא ברור לאן כל זה מוביל. האי־נטרנט, הכוונה. ניקולס נגרופונטה, אחד מהגורוים הגדולים של הרשת, שכתב את הספר "להיות דיגיטלי" ועומד בראש "מ־עבדת המדיה" ב־MIT, טען בשבוע שעבר כי האינטרנט יוביל לשלום עולמי. לא פחות ולא יותר. נגרופונטה טען שבעוד 20 שנה מהיום לא יהיו גבולות. ילדים, שכבר היום יכולים לחקור מקומות חדשים וארצות רחוקות בל־חיצת עכבר, לא יבינו מה החשיבות של הלאומיות.

נביא או נאיווי? כנראה שניהם. העובדה שלחיצת עכבר מאפשרת לגולש האיראני לתור את רחובות קרית אונו ול־גולש הישראלי לשוטט ברחובותיה הווירטואליים של הלסי־נקי, עדיין לא הופכת את העולם למקום טוב יותר לחיות בו. ההיסטוריה הקצרה של הרשת עד היום הוכיחה שרוב האנשים מעדיפים להישאר לגלוש בכפר שלהם, בשפת אמם, מאשר להצטרף לכפר גלובלי כלשהו (אלוהים יודע מה זה אומר).

אבל יש גם צד שני. האפשרות של צעירים ישראלים, סורים ונורווגים לשבת יחדיו בצ'אט ולנבל את הפה חייבת להשפיע על משהו. קשה הרבה יותר לשנוא את מי שאתה מכיר, אפילו אם הוא רק כינוי או איור.

אם תשאלו את הקפטן שלכם הוא יאמר שיעברו הרבה יותר מ־20 שנה. ההורים של הקפטן הב־טיחו לעצמם שהקפטן כבר לא ייאלץ ללכת לצבא. והוא הלך. ועוד איך הוא הלך (וחזר עם קילה מרוב עיטורי גבורה). אותו הסיפור חזר על עצמו עם הקפטן ו־די־לדיו, ולא עושה רושם שהעניין הולך לה־שתנות בעתיד הנראה לעין. עם כל הכבוד למודם, הלאומיות עדיין לא אמרה את המלה האחרונה.

אבל ממתי התפקיד של האינטרנט זה להביא שלום לער־לם? את זה שיעשה העולם בעצמו. בכלל, לקפטן שלכם יש תחושה שמעמיסים על האינטרנט יותר מדי. עיזבו את האי־נטרנט בשקט. שהטלוויזיה תביא שלום עולמי (או לפחות תר־כנית בוקר ראויה). ומה עם הרדיו? הוא כבר ותיק בשטח, מישהו חלם ללכת ולתלות את התקווה לשלום באנטנות?

זה הכל בעניין הזה. ולעניין אחר, חשוב לא פחות. היום, ממש היום לפני 33 שנה, הוציאו לרינגו סטאר, מתופף להקת החיפושיות, את השקדים. מאיפה הקפטן יודע? מהאינטרנט, כמובן. בענייני שלום עולמי האינטרנט הוא אולי כישלון, אבל בפרטי טריוויה חסרי חשיבות – אין חזק ממנו. וגם זה חשוב, אם תשאלו את

הקפטן שלכם

עכבר הכפר

מחשבים בסרטים

(מתוך ספר הקלישאות הגדול)

- גיבורים בסרטים אף פעם לא עושים טעויות הקלדה.
- במחשבי ענק, כמו אלה שנמצאים בשימוש נאסא, סי־איי־איי, או סוכנות ממשלתית כלשהי, תמיד יש ממשק גרפי אינטואיטיווי לגמרי.
- אלה שאין להם ממשק כזה, מופע־לים בקלות על ידי הוראות שמוקלדות לתוכם באנגלית פשוטה.
- במחשבים כאלה ניתן לחדור לכל המסמכים הסודיים על ידי הקלדת הפ־קודה "כניסה למסמכים סודיים".
- כל המחשבים מחוברים זה לזה. ניתן לחדור למחשב של הרשע מכל מקום בעולם, גם אם הוא בכלל כבוי.
- מחשבים גדולים תמיד עושים "ביפ" כשלוחצים על המקלדת או כשהמסך משתנה.
- אנשים שמקלידים טקסט לתוך מחשב מכבים אותו בלי לעשות Save.
- האקרים יכולים לחדור למחשב הכי מאובטח בעולם לפני ההפסקה, ולנחש את הסיסמה הסודית בשני ניסיונות.
- לא חשוב באיזה סוג של דיסקט מדובר, הוא יהיה קריא בכל מחשב, בכל מערכת הפעלה, ובכל תוכנה.
- לכל מחשב, לא חשוב עד כמה קטן, יש יכולות גרפיות תלת־ממדיות אק־טיוויות ריאליסטיות מדהימות.
- למחשבים נישאים תמיד יש אפלי־קציות של שיחות ועידה בווידאו (גם אם אין להם מצלמה), ויכולות כלליות של מחשב של כור גרעיני.

http://www.like.it/vertigo/clich1.html#computers

עורך: דרור פויר. סגנית עורך: נטע גורביץ. עיצוב: אמיר חסון.
כתובת המערכת: עיתון "הארץ", רחוב זלמן שוקן 21, תל אביב 61001 טלפון: 03־5121755 פקסימיליה: 03־5121753 דואר אלקטרוני: captain@haaretz.co.il
המהדורה האלקטרונית של המוסף "קפטן אינטרנט" עולה מדי שבוע באתר של הקפטן: http://www.haaretz.co.il/captain. האתר מתוחזק על ידי IOL – http://www.iol.co.il. הכתובות המומלצות מרדכות מדי שבוע באתר־העל "נטקינג": http://www.netking.com/captain. המהדורה האלקטרונית של Wired מתעדכנת מדי יום באתר: http://www.hotwired.com
איור השער: יוני גודמן

הענק ששינה את פני התמונה

ViewSonic®

ViewSonic 17GS

ViewSonic®

המסך הנמכר ביותר בארה"ב!

ViewSonic – הענק ששינה את פני התמונה והפך על פיהם מושגים כרזולוציה,אורך חיים ואמינות.
ViewSonic מתאים עצמו בקלות לכל תחנת עבודה והופך את תפיסת העולם שלך לחוויה חדה, בהירה, עשירה ומושלמת. אין פלא שקטף את כל השבחים האפשריים במדורי הביקורת של כל העיתונות המקצועית בעולם.



...וכל השאר הסטוריה

אומניטק איכות

החברה המובילה בשיווק מחשבים שירות וייעוץ מקצועי

פתח תקווה: האופן 5, קרית אריה ת.ד. 3563, מיקוד 49130, טל: 03-9212040, פקס: 03-9211198

סניף חיפה: סטרניחובסקי 35, בניין סטרקו, מיקוד 35709, טל: 04-8331111, פקס: 04-8331110

גולשים רוצים רק לכייף

עם כל הכבוד לסוגיות כגון חופש הביטוי, זכויות יוצרים או מלחמת הדפדפנים, הרי שבאינטרנט אפשר גם סתם ליהנות. הידעתם?

דרור פויר

1. "אקרופוביה" הוא המשחק החדש של חברת בזרק, שאח־ראית גם לשעשועון האינטרנט המצוין, "אתם לא מכירים את ג'ק". את הכללים של "אקרו־פוביה" קל מאוד לזכור: מקבלים ראשי תיבות (שלוש עד שבע אותיות, תלוי בשלב) ונושא, וצריך – בתוך דקה או פחות – ליצור משפט מחץ. בכניסה ל"אקרופוביה" (אחרי שהורדתם את התו־כנה), ישאלו אתכם אם אתם מעדיפים שפה נקייה, או עם גסויות. אחר כך בוחרים חדר (בערך 30 חדרים פעילים כל הזמן) ומתחילים לשחק. לאחר שיצרתם משפט, וזה בכלל לא קל, עולים על המסך כל המשפטים שבחרו המשתתפים, בלי ציון מי כתב מה. כל משתתף מצביע עבור המשפט הכי טוב לדעתו (אבל לא למשפט שלו, כמובן). כשה־מתחרה הראשון מגיע ל־30 נקודות, נערך עימות חזיתי בין שני המובילים, לפי אותם כללים, אבל רק 15 שניות למשפט. הזוכה עולה לאליפות היו־מית, ואחר כך השבועית והחודשית, ויכול לזכות בפרסים כספיים גבוהים.

לאורך כל המשחק מתקיימת שיחה עירנית בין המשתתפים, ויש אפילו פרסומות על מסך מלא. הפתרון של חברת בזרק לבעיות העומס ברשת פשוט מבריק. המשחק לא מכיל גרפיקה מורכבת או רקעים מסובכים. רק טקסט וסאונד, כך שאפשר ליהנות מהמשחק גם עם מודם איטי ביותר.

ועוד דבר, הגולשים הישראלים (ממש כמו התיי־רים, הנהגים, האנשים שהולכים לארוחת בוקר על חוף הים עם עגלות סופר, או האנשים שלוקחים אופניים שנתנו להם בחינם) לא נהנים ממוניטין של אלופי הנימוס. אז מי שנכנס ל"אקרופוביה" (אגב, אנגלית טובה – חובה), בבקשה לא לעשות בושות. ועוד דבר: מדובר בלהיט שרק מחכה לד־כיין זריז שיתרגם את המשחק לעברית. כדאי.

http://www.bezerk.com/acro

2. אחת מהבעיות הגדולות של אתרי המשחקים ההמוניים (מולטי פלייר) היא הפקקים הגורמים לבעיות בהתקשרות ולזרימה איטית. זה פחות נו־רא אם משחקים קלפים או שחמט, אבל במשחקי אקשן, שנייה אחת של התמהמהות במודם והיי־ריבים חוגגים על גופתך המרוטשת. mplayer, אתר משחקים המוני חדש, הצליח לפתור את הבעיה בדרך משביעת רצון. לא נלאה אתכם בהסברים הטכנולוגיים (אם תרצו, יש פירוט בא־חר), אבל התוצאה [illegible]



אחרי [illegible]ידים את התוכנה, נכנסים לאתר ובו־חרים כ[illegible]נוי וסמל. אפשר לבחור מבין עשרות משחקים מכל הסוגים. כל משחק משוחק בכמה חדרים שונים שבפתחם יש תמרור. אור אדום אומר שהקשר יהיה איטי, אור ירוק אומר שהכל יהיה בסדר, והכל אכן בסדר גמור. בגלל מיקום האתר, הקשר הטוב יותר הוא דווקא בשעות הבו־קר.

בניגוד ל"אקרופוביה", שכל השחקנים בו הם בני אדם נחמדים ותרבותיים, ב־mplayer תוכלו לפגוש את הצד הפחות נחמד של הרשת (או במ־לים אחרות, אנשים די מטומטמים). ב"אקרופו־ביה", לדוגמה, כשמישהו כותב משפט גזעני או מעליב, כולם גוערים בו ולא מצביעים בשבילו. ב־mplayer יש לא מעט גזענים. אפשר להיעלב מהם, אבל אני ממליץ על הפתרון השני: להזמין אותם לאחד מחדרי ה"קוויק", ולהרוג אותם. לראות אחד מהנאצים הקטנים האלה מתפוצץ זה כיף לא קטן בכל[illegible]דים, הרימו ראש! וא־פרופו יהודים, באתר אפשר למצוא גם את מש־חק האקשן הישראלי, @range.

http://www.mplayer.com

3. ועכשיו, חזרה הביתה ליש־ראל. האתר של חברת נט פאן, העוסקת בפיתוח משח־קים מבוססי ג'אווה, מספק הרבה מאוד נחת. באתר ניתן למצוא תשבצים, פאזלים, מבוכים (ל־8 שחקנים בו זמנית), משחק אקשן ילדותי וחביב שבו צריך לירות בפאוור ריינג'רס (יוזמה ברוכה תמיד), "פלישה מהחלל" ו"דונקי קונג" הקלאסיים, מש־חקי קלפים, וגם אפליקציות מעט יותר רציניות: צ'אט בעברית (החברה בנתה את הצ'אט של ערוץ הילדים), מפה אינטראקטיווית ואפשרות פרסום. יופי של אתר, פשוט יופי. ולא פחות חשוב: עולה במהירות.

http://www.netfun.co.il

4. ועוד אתר ישראלי מצוין. "מ־סע הקסם המדעי" של מכון ויצמן, בעריכת יבשם עוזגד, הוא פנינה אמיתית. ניתן למ־צוא שם חדשות מעולם המ־דע, כתובות בשפה ידידותית למשתמש; כתב העת "מחר", העוסק בסוגיות מדעיות; גלריית תמונות יפה; הסברים על מכון ויצמן ועוד. אח־רי שעה באתר הזה הגולשים מוצאים את עצמו טיפה חכמים יותר. חלק מהכתבות, אגב, נמ־צאות גם בפורמט 'ריל אודיו', מה שאומר שאפ־שר להקשיב להרצאה מעניינת בעודכם נלחמים בפלישה מהחלל באתר של "נט פאן". אתר שחו־זרים אליו. כמו שאומר צביקה הדר: בלי גימי־קים, בלי שטויות.

http://www.weizmann.ac.il/masa-kesem

5. רבות דיברנו על הפתרונות לדואר בעברית (מומלץ לקרוא את הכתבה בגיליון 27 של "ק־פטן אינטרנט"). סייטקום אקס־פרס מספק עוד פתרון אחד כזה. היתרונות שלו רבים: לא צריך להוריד כלום, לא צריך לשנות את ההגדרות, לא צריך להסתבך. פשוט נכנסים לאתר, כותבים את ההודעה ושול־חים. ההודעה מתקבלת – ובעברית צחה – בכל מחשב, בכל מערכת הפעלה. הסייטקום אקספרס הוא פתרון טוב ואלגנטי. הבעיה איתו שהוא פשוט גן עדן לנודניקים של אינטרנט. בגלל שהדואר נשלח מהאתר, ולא מתיבת הדואר של השולח, שמו וכתובתו של השולח לא מופיעים אוטומטית על המסך. אם מישהו לא כותב את כתובתו, אין סיכוי למצוא אותו. אבל למה תמיד להדגיש את השלילי?

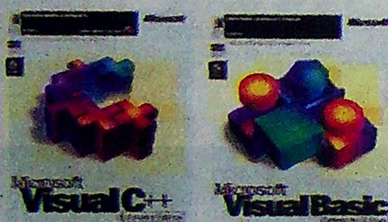
http://www.sightcom.com/express

6. וטיפ לסיום. קניתם משחק חדש, התבקשתם להתקין את DirectX5, ומאז המחשב שלכם נופל? פניתם למקום הנכון. כל מה שצריך לעשות הוא ללכת ל: התחל/הגדרות/לוח בקרה/הגדרות אזוריות, ולשנות את השפה מעברית לאנגלית (ארצות הב־רית, עדיף). אחר כך לאתחל את המחשב מחדש, להתקין את התוכנה ולשחק עד שתיפלו.

חודרים לך מהאינטרנט!

VISUAL STUDIO. היחידה לכל משימה





לא משנה באיזה תחום אתה עוסק, מה גודלה של מערכת המחשב שלך או כמה מתכנתים מועסקים אצלך. ל-Visual Studio יש את כל הפתרונות בשבילך.

עשרות אלפי מתכנתים בכל רחבי העולם יודעים שכשצריך כלי פיתוח יעיל ומהיר לביצוע כל משימה, חבילת הפיתוח **Visual Studio** של מיקרוסופט היא התשובה. ממש לא משנה אם מדובר בחברת היי־טק, בית תוכנה, מחלקת מערכות מידע, ספק פתרונות או יועץ מחשוב, ל-**Visual Studio** יכולת לתת תשובה ופתרון לכל בעיה ולכל משימה. **Visual Studio** היא חבילת כלי הפיתוח הפופולרית והחדשנית בעולם, המציעה לך פתרון כולל להקמת יישומי שרת/לקוח בשילוב טכנולוגיות האינטרנט. **Visual Studio** מאפשרת לך לעבוד בסביבה אינטגרטיבית בה תוכל לשלב בין כלי פיתוח שונים בו זמנית. חבילת הפיתוח **Visual Studio** בגרסת **Enterprise** כוללת את אוסף הכלים: **Visual J ++**, **Visual InterDev**, **Visual C++**, **Visual Basic**, **Visual FoxPro** ובנוסף, יכולות עבודה מורחבות בסביבות אירגוניות עם הכלים והרכיבים הבאים: גרסאות ה-**Enterprise** של **Visual Basic 5.0** ו-**Visual C++ 5.0** ● ניפוי שגיאות של **Stored Procedures** ב-**SQL** בעזרת **T-SQL** מתוך סביבת הפיתוח המקורית ● גרסת פיתוח מלאה של **SQL Server 6.5** ● גרסת פיתוח מלאה של **Microsoft Transaction Server** ● מערכת לניהול תצורת קוד **Visual SourceSafe 5.0** ● כלים לניהול נתונים ושאילתות במסדי נתונים **Visual Database Tools** ועוד.



קונים את חבילת Visual Studio Enterprise Edition - **ומקבלים: ● אחד מכותרי סדרת** Mastering - **סדרה ללימוד עצמי אינטראקטיבי ● ערכת התנסות בתוכנת** ISG Navigator, **תוכנת קישור לבסיסי נתונים מבוזרים של** ISG.

לפרטים נוספים חייג עכשיו: 09-9525300

עולם אחד/ שפה אחת

Microsoft®

HTTP://www.microsoft.com/israel פקס חוזר: 03-5275222

* המבצע עד גמר המלאי

אולי זה משהו במים

איך קרה שאזור קטן יחסית בקליפורניה הפך לחממה של תנועה תרבותית בשנות השישים, חזון טכנולוגי בשנות השבעים, ופריחה יצירתית בשנות התשעים?



עידו אמין

"וורבום", מגזין היוצא לאור בסן פרנסיסקו, קליפורניה, הוא המגזין הראשון ששם לו למטרה לעסוק ב"אסתטיקה דיגיטלית". לא מדובר כאן בכתב עת טרחני לאמנות, אלא במגזין הפונה לקהל קוראים של מעצבים ומתכנתים גרפיים, וכאלה יש בסן פרנסיסקו בלי סוף. המגזין מלווה את התפתחות תעשית המולטימדיה מתחילת הדרך, ומהווה את הסמן היצירתי הקיצוני שלה. בשנת 1989 הוא החל לקיים, במקביל ובסמוך לתערוכת "מקוורלד", כינוס שנתי שנקרא "דיג'יטל בי-אין".

"השם היה מעין הלצה", הסביר לי עורך "וורבום", מיקל גוסני, "על חשבון הבי-אין המקורי מ-1967, שהיה כינוס של היפים בהייט-אשבורי בקיץ 1967". ב"בי אין" של "וורבום" לא הדליקו קטורת אלא מחשבים, ומתכנתים ערכו הדגמות, הקרנות והשמעות של הרעיונות הרדיקליים ביותר בתחום היצירתיות על גבי מחשב. ב"דיג'יטל בי אין" נטבע לראשונה המונח "בלנדרו", שפירושו יצירה אמנותית המערבת מדיה מסוגים שונים. "בלנדרו" סימן את השוליים הרדיקליים של המולטימדיה – ו"רדיקלי", אגב, זו אחת המחמאות הגדולות ביותר שניתן לשמוע כאן.

ב"בי אין" הרא[illegible] של "וורבום" השתתפו 50 איש. משנה לשנה גדל הכינוס, וב"דיג'יטל בי-אין" השלישי כבר הופיעו 500. לקראת ה"דיג'יטל בי-אין" הרביעי בסידרה, הזמין מייקל גוסני את אלן כהן, דמות ידועה מסב[illegible]סן פרנסיסקו הפרחונית של שנות הש[illegible]ים, שיציג את מוצר המולטימדיה שיצר ("תקליטור שנות השישים"). כהן היה בין יוזמי ה"בי אין" המקורי, ותוך תיאום התאריכים להצגת המוצר, התברר כי תערוכת "מקוורלד" של אותה שנה, וממילא גם ה"דיג'יטל בי-אין" של "וורבום", נופלים בתאריך המדויק לחגיגת 25 שנה ל"בי אין" הראשון, האנלוגי. בבי-אין הראשון, בגולדן גייט פארק, הופיעו לפני קהל של עשרות אלפים פריקים, אלן גינסברג, באבא ראם דאס, טימותי לירי וג'רי רובין. אמנם ב"בי אין" הראשון השתתפו 30 אלף בני אדם ואילו ב"דיג'יטל בי אין" הצליחו להגיע עד היום רק ל- 3500, אבל לא מדובר עוד ב"כאילו", אלא בהמשך ישיר של ה"בי אין" ההיפי. הזהות הזו מאומצת בהתלהבות על ידי נציגי שתי הקהילות, שלעיתים דומה כאילו הן בעצם שני דורות של אותה קהילה.

איך קרה שאזור קטן יחסית בקליפורניה הפך לחממה של תנועה תרבותית בשנות השישים, חזון טכנולוגי בשנות השבעים, ופריחה יצירתית בשנות התשעים? גוסני: "יש לי הזכות להיות חלק מזה, אבל גם עבורי זו נשארה חידה". באתר של "וורבום" נעשה נסיון לתת מענה מפורט יותר: ב"בי אין" הראשון, כך מסבירים שם, נפגשו הסטודנטים המורדים מאוניברסיטת ברקלי עם ההיפים שוחרי השלום והוויברציות הטובות. אין זה מקרה, כך אומרים שם, שבברקלי נולד המחשב האישי הראשון – סמל של שילוב העצמאות האישית עם תוכן יצירתי. גם אבני היסוד לפרוטוקול שעליו מבוססת האינטרנט הונחו בברקלי.

גוסני לא מהסס להמשיך ולהעביר את הקו מארעי שנות השישים, דרך המצאת המחשב, המולטימדיה והאינטרנט, אל תרבות ה"סייבר" וה"רייבים". "הרייב



האמיתי נעשה בהשראת שנות השישים", אומר גוסני, "ומי שאינו מודה בכך, טועה".

ה"דיג'יטל בי-אין" מהווה במה לרעיונות החדשנים ביותר בקהילה המקוונת. לפני שנתיים, כשהוקדש ה"בי אין" לנושא "זכויות האדם בסייברספייס", התחילו בו, בהשראת הרגע, במערכת הפרסום של "הסרט הכחול" שתפסה תאוצה עולמית. אנשי ה"בי אין" גם היו בפסטיבל "ברנינג מן" לפני כולם, וכיום הם עסוקים בארגון כינוס בינלאומי בנושאי ארכיטקטורה אקולוגית. אגב, ב"בי אין" האחרון התארח גם מושל ליפורניה לשעבר, ג'רי בראון, וכשנשאל איך לשלב לדעתו את האינטרנט בעתיד של מוסדות הממשל, ענה: "לרוב המוסדות לא צריך שיהיה עתיד כלל... הם מושחתים ובלתי מתפקדים. הם ביטוים של כוח, ואנו צריכים ללכת לכיוון של שלטון עצמי". לא הצלחתי לדמיין פוליטיקאי ישראלי שמתבטא כך, אולי זה משהו במים של קליפורניה.

"הבי-אין הוא אינקובטור לטרנדים טרנס-דוריים", אומר גוסני, כאילו שקרא את דוד אבידן. לי אין ספק, שאצל גוסני ולחבריו ניתן לשמוע היום את עוברי הרעיונות של השנה הבאה, והרבה מעבר לכך. בעלי המאה לא יכולים להרשות לעצמם לפנטז כל כך רחוק, אבל מי שרוצה להימנות עם בעלי הדעה, מוזמן לסמן ביומן את התאריך ל"בי-אין" הבא: ינואר 1998, קליפורניה, או לגלוש באתר:

http://www.be"in.com

תפרן עברי, איי ?

אינדקס לאתרים ישראלים בגיאוסיטיס יעזור לגולשים העבריים למצוא אחד את השני

אתר גיאוסיטיס, שהחל ביומרה להיות קהילה אינטראקטיבית, חרג מכל פרופורציה והפך לאתר אורבני אנונימי, שמהגרים מישראל (וממדינות אחרות) התמקמו בשכונותיו השונות בקלות בלתי נסבלת ובחוסר כל יחס למורשת האתר. יותר ממליון איש כבר בנו שם את ביתם. חלקם הגדול לא מתעניין בשום דבר הקשור לקהילה, פרט לכך שמקבלים שם אדמה וירטואלית בחינם. לא איכפת להם באיזו שכונה וירטואלית הם השתכנו ומיהם שכניהם, וכשהם מציפים אותי בכתובות האתרים שלהם, לא אחת זה קורה לפני שהאתרים קמו כלל, ולא אחת שוגים הבונים התפרנים בכתובת של עצמם. במידה מסויימת, אחראי לכך גם השרת של גיאוסיטיס, המפורסם ברגישות היתר שיש לו לאותיות גדולות וקטנות. הייתי מצפה לקצת יותר מאתר שמשרת מיליון איש – אבל האם באמת ניתן לצפות ליותר כשמדובר בשירות חינם?

ועכשיו, השיא: כל כך הרבה ישראלים השתכנו בשכונות גיאוסיטיס, עד שעתה הוקם אתר "אינדקס אתרים ישראליים בגיאוסיטיס". האתר מעוצב לא רע, אם כי עדיין לא רשומים בו כל מאות האתרים הישראליים. לאט לאט.

http://www.geocities.com/Baja/Dunes/1444

http://www.start.co.il טוען להיות "דף הפתיחה" הישראלי הראשון ברשת. באנגלית יש הרבה כאלה – עמודים שמרכזים לינקים למנועי חיפוש, מאגרי מידע, עיתונים, אתרים נבחרים, אתרים חדשים, וכו' – ושמהם קל ונוח להתחיל את הגלישה. ב"סטארט" יכול כל אחד לבנות לעצמו דף פתיחה אישי, שיכלול את האינפורמציה והלינקים שמעניינים אותו.

חברת "מדיה קונסולט" מציעה באתר החדש שלה יעוץ רפואי, במחיר של 195 דולר. מטרתה של החברה, היא לאפשר לאנשים, שאין להם אפשרות כלכלית להיוועץ במומחים מהשורה הראשונה, לקבל ייעוץ במהירות ותוך שמירה על סודיות. השירות מיועד להיות מעין "חוות דעת שנייה", בעיקר לאנשים הסובלים מבעיות בריאותיות חמורות.

http://www.mediaconsult.com



OLITEC 33,600 הוא המודם הקטן בעולם. גודלו כמידותיה של קופסת סיגריות (40*140*64 מ"מ, למי שלא מעשן), ויש לו יתרונות נוספים: הוא יכול לקבל יותר מ_50 פקסים ו_20 דקות קול, גם כשהמחשב סגור, הוא מבדיל בין שיחת טלפון למשלוח פקס, וניתן לנעול את המידע המתקבל דרכו בעזרת סיסמה. המודם מיובא על ידי חברת אריסקו, ומחירו 220 דולר, לא כולל מע"מ.

של מי הזכויות האלה לעזאזל

מדענים בארה"ב נלחמים בחוק חדש שמרחיב את ההגנה על זכויות יוצרים

קבוצה של מדענים מובילים מארה"ב קראה בשבוע שעבר לנשיא ביל קלינטון להטיל וטו על חוק, הקובע כי מפירי זכויות יוצרים, גם אם אינם נהנים מרווח בגין פעולתם, ייחשבו למי שביצעו עבירה פלילית. החוק אושר בחודש שעבר בשני בתי הקונגרס.

ועדת המדיניות הציבורית של האגודה למחשוב כתבה לנשיא, כי לפי החוק יהפכו פרסומים מדעיים רבים באינטרנט לעבירה פלילית. "החקיקה אושרה בחופזה בקונגרס, נוסחה באופן לקוי, וצפויות להיות לה השלכות רבות, שאליהן כלל לא התכוונה", אמרה ברברה סימונס, יו"ר האגודה.

לפי חוק זכויות היוצרים הנוכחי, לא ניתן להאשים בפלילים מפר זכויות יוצרים, אלא אם זה הרוויח ממעשהו. אם "החוק למניעת גניבות אלקטרוניות" יאושר סופית, הרי שניתן יהיה להעמיד לדין פלילי אדם שהפר במודע זכויות יוצרים, אם שוויין היה אלף דולר לפחות, גם אם לא צפויים לו רווחים כתוצאה מההפרה.

חברות תוכנות וגורמים בתעשיית הבידור הקימו לובי חזק למען החוק, כאמצעי להגביל את מה שתואר על ידם כ"גניבות הפיראטיות הבלתי ניתנות לבקרה" של תוכנות מחשב, קלטות וחומרים אחרים באינטרנט.

אבל הארגון המדעי טוען, כי החוק עלול לפגוע במדענים שפירסמו מחקרים בכתבי עת, אם אלה יפרסמו את אותו החומר באינטרנט, כדי שעמיתיהם יקראו בו. "סביר להניח כי מוסדות רבים ידרשו שכל המסמכים המוגנים על ידי זכויות יוצרים יוסרו מהרשת, כדי להימנע מתביעות", כתב הארגון לקלינטון.

החקיקה נועדה ביסודה לסגור פירצה, שאיפשרה לסטודנט מאוניברסיטת MIT, שהואשם בהפרת זכויות יוצרים לאחר שהציב ברשת ערוקים להורדה של תוכנות כמו "וורדפרפקט" ו"מיקרוסופט אקסל", לצאת זכאי. התביעה טענה, כי משתמשי האינטרנט הורידו תוכנות פיראטיות בשווי של יותר ממיליון דולר. בית המשפט פסק, כי מעשי הסטודנט, דיוויד ל'מצ'יה, היו "לא אחראיים", ו"נעדרי תחושה בסיסית של ערכים". אבל מאחר שהסטודנט לא הרוויח מהפרות זכויות היוצרים, התביעה נגדו לא התקבלה.

הסקר שלי מראה שאני צודקת

מיקרוסופט ונטסקייפ מפרסמות סקרים סותרים על התפלגות שוק הדפדפנים

בתגובה לדו"ח שפירסמה חברת "דאטהקווסט" לפני שבועיים (קפטן אינטרנט 38), לפיו מיקרוסופט מדביקה במהירות את הפער בינה לבין נטסקייפ בשוק הדפדפנים (על פי הדו"ח, נתח השוק של נטסקייפ הוא 57%, לעומת נתח שוק של 39% למיקרוסופט) – פירסמה בשבוע שעבר נטסקייפ נתונים המתבססים על שימוש במנועי חיפוש, לפיהם נתח השוק שלה הוא 67%.

נציגי נטסקייפ טענו, כי השימוש ב"אלטה ויסטה" כמנוע החיפוש בסקר הקודם לא היה הוגן, משום שעמוד החיפוש של נטסקייפ – שהגישה אליו אפשרית באמצעות לחיצה על כפתור ה"חיפוש" במערך הכלים (toolbar) של הנוויגטור – אינו מספק לינק בולט לאלטה ויסטה. מקור הנתונים שפירסמה נטסקייפ היה ארבעה אתרי חיפוש: אקסייט, אינפוסיק, לוקסמארט ויאהו!. דגימה רלוונטית יותר, על פי נטסקייפ.

השימוש שעושים הסקרים במנועי החיפוש, יצויין, משקף יותר את היקף השימוש במנוע, מאשר את מספר הלקוחות של דפדפן זה או אחר. לדוגמה, אם לפי שיטת בדיקה זו משתמש אחד נכנס ליאהו תשע פעמים עם הקומיוניקטור, ומשתמש שני נכנס פעם אחת עם אינטרנט אקספלורר, החוקר יכול להסיק כי בשוק בכללותו יש עשרה דפדפנים, ולקומיוניקטור יש נתח של 90%. ואיך ניתן לדעת איזה דפדפן נכנס? בכל פעם שהגולש נכנס לאתר מסוים, הדפדפן מעביר את "תעודת הזהות" שלו אל האתר: מספר גרסה, זהות החברה, הדפדפן, האתר ממנו הגיע, ועוד.

נטסקייפ לא מסרה נתונים על נתח השוק של מיקרוסופט, שממשיכה לטעון לנכונתם של דו"חות – ביניהם שניים שפורסמו לפני שבועיים על ידי שתי חברות מחקר שערכו סקר טלפוני – לפיהם נתח השוק שלה הוא 40% או יותר מכך. יצויין כי נתחי השוק של החברות משתנים בהתאם למגזרים. מנהלי נטסקייפ העריכו בספטמבר, כי הנתח של חברתם בפירמות הוא 70%, אך הכירו בכך שהנתח שלהם בקרב משתמשים ביתיים נמוך יותר.

ועוד נתונים: באתר התוכנה DOWNLOAD.COM, נספרו עד היום כשניים וחצי מיליון הורדות של אקספלורר 4, ומספר כמעט זהה של הורדות של נוויגייטור 4. זה, לכאורה, יכול להסביר שינוי כלשהו במצב השוק, לטובת מיקרוסופט – אבל זה המקום להזכיר, שבסקרים שנערכו בעבר השיבו גולשים רבים כי התקינו את אקספלורר, אך עברו לנטסקייפ.

במה משתמשים המקצוענים? לפי אתר "מעקב הדפדפנים" BROWSERWATCH.INTERNET.COM, המונה את הנכנסים לאתר – רובם ככולם וובמסטרים ומפתחים – הנוויגייטור הוא בסביבות ה-60%, ואקספלורר 10% .30%, שימו לב, שייכים לקבוצות מיעוטים המעדיפות גלשנים איזוטריים כמו סייברדוג, לינקס, אופרה ואי.בי.אם ווב אקספלורר.

ומה בישראל? לפי הסטטיסטיקה של אתר אינדקס "דפי רשת", המבוססת על כ- 60,000 חשיפות בחודש, לא חל שינוי משמעותי בחלוקה בין נטסקייפ למיקרוסופט אקספלורר בשלושת החודשים האחרונים. בין הדפדפנים שנצפו באתר, אקספלורר עלה מ-32.6% ל-35.5%, אבל נטסקייפ נוויגייטור על שלל גירסותיו ירד רק באחוז אחד, מ-65.8 ל-% 64.4.



מי שביקר בצ'אט של ערוץ שש מכיר אותם – הם אלה שמסלקים את המקללים: (מימין לשמאל) טל פרידמן, דן פגין, איילת מור (מלפנים), דורין בן-ארי, שי שטר, ירון לוקובסקי וקיקו אראל

תצלום: יואב רוקאס

האדמינים

את האדמינס של ערוץ הילדים – מהאתרים הפופולריים בישראל – מנהלים שבעה נערים ונערות בני 14-18. הם עושים את מה שהם אוהבים, והמבקרים באתר אוהבים את מה שהם עושים

עינת כתב

יום יבוא, ואת כל ערוצי הילדים בטלוויזיה ינהלו ילדים. מי צריך מנהלים שיושבים על כיסאות מרופדים ומתלבשים יפה, אבל לא יודעים איך לבנות אתר באינטרנט. בערוץ 6 היה מי שחשב שכדאי להביא ילדים לצורך התמיכה באתר של הערוץ. שיישבו וידברו עם בני גילם כמה שהם רוצים, יציעו הצעות לגבי איך הם רוצים שהאתר ייראה, ומה הם חושבים שכדאי שיהיה בו.

בחדר האחרון באחד מהמבנים באולפני הרצליה (משם פועל ערוץ הילדים), סביב שלושה שולחנות משרדיים שעליהם ניצבים שלושה מחשבים, מנוהל האתר. רוב המנהלים שלו, ה"אדמינים", הולכים בבוקר לבית הספר, ואחר כך מגיעים לעבודה. או שהם עושים אותה מהבית.

האתר של ערוץ הילדים מעוצב על ידי חברת בוקס, ונראה כמו משחק מחשב. הוא עולה מהר למדי ויש בו עשרות עמודי מידע ובידור. הוא ערוך לבילוי של שעות ארוכות, ואי אפשר לברוח ממנו בקישורים לאתרים אחרים. זה לא אתר שנכנסים, רואים מה העניין ועוברים הלאה. אפשר ליצור קשר עם המנחים, לערוך ניסויים באוניברסיטה הקטנה של משה ואסף, להוריד משחקים, להירשם כקהל לתוכניות הערוץ, ועוד ועוד. הכל בלא תשלום.

הצ'אט הוא החלק הכי פעיל באתר, ולכן נדרש לו קצת זמן לעלות. זה ברור למה. במקום ים הצ'אטים באנגלית שמציעים חבר מאלסקה לחמש דקות, הרבה יותר הגיוני לדבר עם השכן מלמעלה בעברית. בערב ממוצע נכנסים לצ'אט 20 ילדים בו בזמן, ואפילו יותר. לפעמים מרוב בלגן אי אפשר להבין מי מדבר עם מי. אפשר כמובן להזמין את מי שרוצים לשיחה פרטית על ידי לחיצה עם העכבר על השם הנבחר. לילדים ישראלים שגרים בחו"ל, הצ'אט של 6 הוא מקום מפגש מצוין וזול עם חברים בארץ. מסיבה זו, בחופשת הקיץ הצ'אט היה פופולרי גם אחרי חצות. באתר קיימים גם פורומים לשיחות על המנחים ועל תוכניות הטלוויזיה. אבל בפורום של הוגו למשל, לא ממש מדברים על הוגו.

כל ילד שנרשם כמנוי ממלא שאלון פרטים. שם בדוי, שם אמיתי, גיל, מקום מגורים, להקה אהובה, תחביבים (אינטרנט, מחשבים, רולרבליידס, בנייה של דברים). כאן יש בעיות לפעמים, אבל לאחר כמה ניסיונות לבחור שם בדוי, נכנסתי בתור בילי. אף אחד לא הזמין אותי לשיחה: ברנדון, קלי, ענבר הפצצה, צורי התותח, ליסה סימפסון, המופרעים, הבוסים, כל הני־מי־נים והשב"קניקים התעלמו ממני לגמרי (וברור למה).

מי שביקר בצ'אט כמה פעמים מכיר היטב את האדמינים. כך מכונים העובדים האדמיניסטרטיווים של האתר, ששומרים על הסדר. "המופרעים", למשל, עפו כשקיללו בפומבי, "הברסים" – האחראים על המסר החד־משמעי "מי שרוצה למצוץ שידבר בפרטי (בנות בלבד)" – עפו. שיחכו כמה שנים עד שיהיה להם כרטיס אשראי.

האדמינים הם בעצם אנשי התמיכה למשתמשים. אילת מור, קיקו אראל, דורין בן ארי ודן פגין בני 14, ירון לוקובסקי וטל פרידמן בני 16. שי שטר בן 18. תחקירן האינטרנט של הערוץ, דן אקשטיין, בן 27, גם הוא עובד באותו חדר. הם עובדים במשמרות מ־14:00 עד 18:00, מ־18:00 עד 21:00, ומ־21:00 עד חצות.

לשאלה האם הם רכשו את הידע בבית הספר, ענו ב"לא" החלטי. אילת מור מכפר סבא מחוברת כבר שנה וחצי, ומספרת שזה מה שממילא היתה עושה בבית. היא כבר מכירה היטב את הקבועים של הצ'אט, ויש לה גם קשרים אישיים עם המתחברים. פעם, מזמן, היא בנתה לעצמה אתר ב"גיאוסיטיס" אבל עכשיו היא לא ממש משקיעה בו. אילת המליצה על קיקו, בן כיתתה, וגם הוא הצטרף. גם הוא מחובר לאינטרנט ומזוהה בצ'אט כבעל השם הכי ארוך שמישהו יכול לתת לעצמו: picodelamirandola. כפרויקט במסגרת בית הספר הוא בנה את אתר הנוער של עיריית כפר סבא.

פעם בשלושה שבועות מתקיימת ישיבת אדמינים, שבה הם מציעים רעיונות לשיפור, נותנים רעיונות לערוץ וחושבים איך לפתח את האתר. דני אקשטיין, התחקירן, כותב לאתר, דואג לחומרים של פינת האינטרנט בהגשתו של ארז בן הרוש, ומשמש כעוזר הפקה בטלוויזיה.

שי שטר נמצא גם כאן – יש הרבה דברים שרק הוא יודע לסדר באולפני הרצליה, ולדורין לא הפריעה העובדה שהיא בילתה בניו יורק לא מזמן. היא המשיכה לעבוד משם, ושמרה על קשר רציף.

על כולם מנצח עודד נפחי, הממונה על פיתוח תוכניות בנגה תקשורת (ערוצים 6 ו־8).

"עקרונית, אנחנו נותנים לכל אחד לעשות מה שהוא אוהב. אילת אוהבת מאוד לכתוב, קיקו מוצא לנו תוכנות להוריד מהאינטרנט, שי בקטע של תיכנות, הוא בודק המון תוכנות, דן גם כותב דברים וירון בעיקר מוצא משחקים. אנחנו רוצים לשפר את הגיים־סנטר. טל מאוד רוצה לכתוב, אבל אין לו זמן כרגע".

נפחי היה תחקירן ומפיק בגל"צ, ואחר כך עבר לטלוויזיה – לתוכניות "מהקליפיה באהבה", "קיץ על החוף", ואחר כך לערוץ הילדים. הוא ערך את הוגו, ומשם התמנה לתפקיד ממונה על פיתוח תוכניות בנגה תקשורת.

שזה אומר?

"כל התוכניות שעשיתי היו מאוד בולטות באינטראקטיוויות שלהן, והגיעו לרמת אינטרקאקטיוויות של יותר מהמקובל – תגובות מ־10,000 ילדים ביום".

מה זה באמת טלוויזיה אינטראקטיווית?

"כולם מדברים על זה. אנחנו עושים את זה למעשה. יש לנו מועדון של 28 אלף ילדים. מבחינת האתר, זה 100 אלף משתמשים בחודש, שרואים מיליון מסמכים. קהילה וירטואלית. הצ'אט פופולרי מאוד. על פי סקר של חברת אלקסה, זהו אחד מ־10,000 האתרים המצליחים ביותר ברשת כולה".

של מי היה הרעיון להעסיק ילדים?

"לא יודע. עקרונית מתאים לי להמציא דבר כזה. הרעיון הוא שזה אתר של ילדים, והגיוני שינהלו אותו ילדים. העיקרון הסתמך על תיאוריה שטוענת שזו מערכת שבונה את עצמה, לפי מודל שבו יש מגוון של פרטים שקובעים תבנית התנהגות, ואותה מערכת משפיעה על אותם פרטים. כל זה מגובה על ידי פורומים וסקרים. לדוגמה, אם אנחנו מחליטים שיש צנזורה, האדמינים מצנזרים את השיחות, וזה משפיע על הדרך התבטאותם של הילדים באתר.

מהי, בעצם, העבודה שלהם?

"לטל היתה בעיה עם זה שהכניסה לאתר היא בלשון זכר. הוא שלח לי מסמך ארוך עם הצעות לפתרונות בנושא הזה. בקרוב מי שייכנס יישאל אם הוא בת, בן או שהוא לא מעוניין להשיב, וככה יידעו איך להתייחס אליו.

"על פי החוק, אסור להעסיק ילדים מתחת לכיתה י', אלא במסגרת פרויקט של בית ספר. העבודה היא פרויקט חוץ־לימודי, שנכנס למסגרת של לימודי מחשב. אני אישית עובר על עבודות שהם עושים. כל אחד מפתח את אתר האינטרנט של בית הספר שלו. חוץ מזה, זאת עבודה, והם מקבלים כסף".

יש יתרון בהעסקת ילדים?

אין לי ספק. זה ממש חיוני. צריך לחיות בעולם של ילדים. זאת העבודה שלנו בערוץ – להכיר את העולם של הילדים. אנחנו עושים בלי סוף קבוצות מיקוד, וככה אנחנו רואים דברים שהם המציאו. למשל, באנגלית אפשר לכתוב באותיות גדולות כדי לבטא צעקה, אז הם מכפילים את האותיות. או שיש להם, למשל, שירה בציבור. מבחינת ההוויי, הם מתקנים אותנו. אני אומר משהו – וקיקו אומר לי שזה לא לעניין. לפני שאנחנו מעצבים משהו אנחנו מקבלים מהם קריאות כיוון. עכשיו מתחילה 'הכיתה המעופפת', וזה יהיה החלק העיקרי של האתר. עשינו כל מיני שינויים, שהגדול מביניהם יהיה בעמוד הראשי. הילדים מציעים אייטמים לשידור. אנחנו לא מקבלים משום מקום אחר מאה הצעות ביום, למשל כשביקשנו סיסמה להוגו. בקרוב נעלה בכל שבוע דילמה באולפן. יישבו ארבעה או חמישה ילדים ליד מסך מחשב, ואפשר יהיה להגיב בלייב".

איך אתה מסביר את זה שכל כך הרבה ילדים מתחברים?

"אני מניח שההצלחה שלנו היתה בגלל המסך. עושים עכשיו שני פרומואים חדשים, אבל עיקר התמיכה לא באה מהפרומו. אם נגיד יש דיון באולפן עם מסך מחשב שפתוח על הצ'אט – זה שווה בשבילי הרבה יותר מהפרומואים. בשביל ילדים, המחשב הוא כלי שקוף: ילד יכול להגיד שהוא שונא מחשבים, אבל זה לא מונע ממנו לבקר באתר של האן־בי־איי פעם ביום".

ערוץ הילדים: http://www.shesh.co.il

ונעבור לפרסומות

החדשות הטובות הן ששגשוג הפרסום ברשת הוא צעד בלתי נמנע באבולוציה של המדיום. החדשות הרעות הן שרווחים צפויים רק בעוד כעשר שנים, וגם אז - רק לחזקים

דורעם גונט

כמו בכל מדיום, גם באינטרנט אמורים המשתמשים לקבל שירותים ומידע בעלי ערך מספקים שונים, כדי שתהיה להם סיבה להתחבר ולהשתמש. כמו בכל מדיום, גם השירותים והמידע שמסופקים למשתמשים באינטרנט עולים כסף, והרבה. כמו בכל מדיום, גם באינטרנט אין ארוחות חינם, ומישהו צריך לשלם בשביל המידע והשירותים שאנו מקבלים. כשאנחנו קוראים עיתון, אנחנו משתתפים באופן סמלי בעלות המוצר, והמפרסמים מממנים את היתר. בערוץ 2, וכן ברדיו, המפרסמים נושאים בעלות כולה. בטלוויזיה הממלכתית ובשידורי הכבלים (בינתיים), המשתמשים מממנים את מחיר השירות מכספם, על ידי תשלום דמי אגרה או דמי מנוי.

ומה קורה באינטרנט? במבט ראשון נראה שאף אחד לא משלם. אם לדייק, באופן כללי ניתן לומר כי ספקי השירותים והמידע מממנים בינתיים בעצמם את עלות התוכן שהם מספקים לנו. במלים אחרות: רוב ספקי התוכן באינטרנט מפסידים כסף (האופטימים שבהם קוראים לזה "השקעה"). ואולם ברור לכל, כי בשלב מסוים יצטרכו הספקים להתחיל לחיות ממשהו, ולא הם ייאלצו יום אחד לסגור את הברז ולהיעלם מהאוויר.

רוב המידע והשירותים באינטרנט עדיין ניתנים חינם אין כסף. הואיל והאדם מתקשה לעכל את העובדה שהוא נדרש לשלם בעבור דבר שבעבר קיבל בחינם (ויעיד הזמן שעבר מאז שהמקומון התל אביבי "העיר" הפסיק להיות מחולק בחינם, ועד שהציבור התרגל לשלם בעבורו), נראה שספקי התוכן באינטרנט ייאלצו לנסות להרציא את לחמם בעיקר מפרסום. ומה יעשה המדיום החדש לשוק הפרסום? אם אתם יודעים את התשובה, אתם כבר יכולים לעשות ממנה מיליונים. כי אנשי המקצוע נאלצים, בינתיים, רק לנחש מה הולך לקרות בתחום הזה.

זה רק עניין של זמן

ביום עיון של המועדון הבכיר לשיווק והמרכז הישראלי לניהול, שהתקיים באחרונה בתל אביב במסגרת הוועידה השנתית של סוכנות הפרסום הבינלאומית BBDO, תחת הכותרת "הדלוקלי בראי הגלובלי – המדיה בעידן החדש", הוקדש חלק ניכר מהדיונים לניתוח ההשפעה הצפויה של האינטרנט על שוק הפרסום. המסקנה, כפי שהיא עולה מהרצאתו של רון הריסון, סגן נשיא לטכנולוגיית מדיה ב-BBDO, ומשיחה עם הריסון ועם עמיתו ארני סמסקי, סגן נשיא בכיר לתכנון מדיה באותה חברה, היא שהכסף הגדול בוא יבוא, אך רק החזקים ישרדו ויזכו ליום שבו יוכלו לשזוף בו את עיניהם.

אז מתי יכסה הפרסום את עלות התוכן באינטרנט, כך שנוכל להמשיך ליהנות מתכנים בחינם, בלי שספקי התוכן יפשטו את הרגל? זוהי כמובן שאלת מיליון הדולר, שאין עליה, בינתיים, תשובה. ארני סמסקי מסתכן ומעריך כי יחלפו לפחות עוד עשר שנים עד שכספי הפרסום יכסו את הוצאות ההפעלה של אתרי אינטרנט, וספקי התוכן יתחילו להרוויח. גם כאן שם המשחק הוא אבולוציה: רק החזקים ישרדו. עם זאת מוסיף סמסקי הסתייגות קטנה, ליתר ביטחון: "הטכנולוגיה נשארת תמיד בגדר חידה, ושינויים טכנולוגיים יכולים לשנות את התמונה באורח קיצוני, ולהשפיע באופן מהותי גם על כל מה שקשור בכסף".

עלות הפרסום באינטרנט עדיין נמרכה לעין שיעור מעלות הפרסום בטלוויזיה, ברדיו או בעיתונים. סמסקי והריסון מעריכים כי המחיר של שטחי הפרסום באינטרנט יישאר זול במשך שנים, ויאפשר גם לגופים מסחריים קטנים, שאינם מסוגלים לפרסם בטלוויזיה, להשתתף במשחק. "עכשיו הזמן ללמוד, להתנסות ולעשות שגיאות בכל הקשור לפרסום באינטרנט, כשעדיין אפשר לעשות זאת בזול," אומר סמסקי.

לדבריו, מפרסמים רבים נרתעים מפרסום ברשת ומחכים לראות כיצד יתפתח השוק הזה, אך הם פשוט טועים. כדי להדגים את טענתו מספר סמסקי על הניסיון של חברת מארס, יצרנית חטיפי השוקולד MM. "אנחנו שכנענו את החברה להיכנס לאינטרנט, והקמנו בשבילה, בהשקעה מינימלית, אתר פרסומי הכולל משחקים, בידור ושעשועים שונים. כדי להביא אנשים לאתר, פרסמנו את האתר באתרים ברחבי הרשת. אנשים מכל העולם התחילו לקנות MM באריזות משפחתיות דרך האינטרנט, והחברה מרוויחה הרבה יותר משהשקיעה באתר עצמו". מוסר ההשכל ברור: מי שלא יתנסה וילמד כשמחירי הפרסום זולים, ייאלץ לעשות זאת מאוחר יותר, בעלויות גבוהות בהרבה.

הפוטנציאל קיים

"אין שום הסכמה לגבי הערכת מספר המשתמשים באינטרנט כיום, לגבי מספר המשתמשים הצפוי, לגבי גודלו הנוכחי של שוק הפרסום באינטרנט או לגבי הצפוי בתחום זה בעתיד", מתנצל רון הריסון לפני שהוא מתחיל להפציץ בנתונים ובמספרים. "עם זאת ברור לכל שהמספרים עצומים, ושהם גדלים בקצב רצחני, כך שקיים באינטרנט פוטנציאל אדיר לשינוי הדרך שבה אנו מעצבים שמות מותגים ומוכרים מוצרים".



על אף שאין כל דרך לדעת מהם הנתונים האמיתיים, כמעט אין חברת סקרים או גורם הערכה מסחרי אחר שאינו מנסה לכמת את האינטרנט למספרים. כך למשל, מעריכים שעד שנת 2007 יהיו בין חצי מיליארד למיליארד מחשבים מחוברים לאינטרנט (להערכת ראש המחלקה למדעי המחשב באוניברסיטת MIT); עד סוף השנה הזו יהיו 82 מיליון מחשבים מחוברים לאינטרנט ועד שנת 2001 יהיו 268 מיליון מחשבים מחוברים (לפי חברת דאטה קווסט); היקף המסחר בחברות באינטרנט יגיע השנה ל־8 מיליארד דולר, עלייה של 1,000% לעומת 1996. בשנת 2002 יגיע היקף המסחר בחברות ל־327 מיליארד דולר (לפי נתונים של פורסטר ריסרצ'); היקף המסחר בעסקים באינטרנט התקרב למיליארד דולר בחודש מארס 1997, ועשוי להגיע ל־24 מיליארד דולר ב־1997 כולה (לפי אקטיב מדיה). מכירת מוצרי מזון באינטרנט צפויה לגדול ל־60 מיליארד דולר בעשר השנים הקרובות, ולתפוס נתח של בין 8% ל־12% מהמסחר הכללי במזון (Anderson Consulting); מכירת כרטיסים למופעי בידור ושירותי תיירות צפויה לעלות מ־475 מיליון דולר ב־1997 ליותר מ־10 מיליארד דולר ב־2001 (פורסטר ריסרצ'); מסחר במניות באינטרנט צפוי לתפוס 60% מהשוק בשנת 2001 (Investment Banking Piper); בכל יום מוכרת חברת דל באמצעות האינטרנט מחשבים בסכום של 2 מיליון דולר (דל מחשבים); מכירה של מוסיקה תגיע בשנת 2002 ל־1.6 מיליארד דולר, ותתפוס נתח של 7.5% משוק המוסיקה הכללי (יופיטר).

על מספרים אחרים יש מעט יותר הסכמה: הרשת הקמעונאית המצליחה ביותר באינטרנט, חנות הספרים הווירטואלית amazon.com, הגיעה למכירות בהיקף 9 מיליון דולר ברבעון השני של 1997. 610 אלף לקוחות מ־160 מדינות כבר קנו באמאזון, ו־4.5% ממשקי הבית בארה"ב ביקרו בחנות באוגוסט השנה. ולמרות כל זה – אמאזון עדיין אינה חברה רווחית!

מניתוח המספרים הענקיים הללו, גם אם אין עליהם הסכמה רחבה, ברור שהאינטרנט הולך לתפוס מקום משמעותי בחיינו בעתיד. במלים אחרות – הולך להיות שם הרבה כסף. כבר היום מעריכים כי 17% מהמבוגרים המשתמשים באינטרנט קונים באון־ליין, והמספרים האלה, כמובן, יגדלו.

חוויית המסחר הטוטלית

כשבודקים את שוק הפרסום באינטרנט מגלים שהסכומים הם מזעריים בהשוואה לכסף שמתגלגל בטלוויזיה, ברדיו או בעיתונות. למרות שההערכות מתייחסות לגידול משמעותי ומהיר בהיקף הפרסום באינטרנט, יחלוף כנראה זמן רב עד שהרשת תהפוך לזירת משחק משמעותית לכסף הגדול באמת.

ועכשיו במספרים: היקף ההוצאות על פרסום באינטרנט ב־1996 הגיע לכ־267 מיליון דולר. השנה צפוי הסכום לעלות ל־650 מיליון דולר. חברת סייבר אטלס מעריכה כי היקף הפרסום באינטרנט יגיע ב־1998 ל־1.6 מיליארד דולר, ב־1999 ל־3.15 מיליארד דולר, ובשנת 2000 – ל־4.53 מיליארד דולר.

שוק הפרסום באינטרנט הוא סלקטיווי מאוד, ושונה מהפרסום הכללי בכלי תקשורת אחרים. באופן טבעי תופסים מחשבים ומוצרי מחשב כשליש מהפרסום ברשת. 22% נוספים מיוחדים לפרסום של מוצרים בתחום הטלקומוניקציה.

רון הריסון מסביר, כי הצרכנים הקרנים באינטרנט נוטים לקנות מספקים בעלי שמות מהשורה הראשונה, ובעיקר מותגים מוכרים בעלי איכות מוכחת. גם כאן המשמעות היא שהעשירים יתעשרו עוד יותר. הריסון מצביע על היבט נוסף המייחד את האינטרנט והופך אותו למקום המתאים כל כך לעשיית כסף: "הרשת מציעה טוטליות בכל הנוגע למסחר. החל מיצירת המודעות למוצר או לשירות, דרך חינוך הצרכנים, רכישת הניסיון, הקנייה עצמה ואפילו השירות והתמיכה שבאים אחריה – את הכל אפשר לבצע און־ליין".

כיצד ישנה האינטרנט את שוק הפרסום?

הריסון: "האינטרנט לא יבוא במקום מדיה אחרת, אך יוסיף אפשרויות שלא היו קיימות בעבר. כפי שהטלוויזיה מצוינת לבניית מותגים מסחריים, הרדיו מספק מיידיות ולפרסום בעיתונות יש יתרונות משלו, כך מציעה הרשת למשתמשים אינטראקטיוויות ופרסונליזציה. הקהל המשתמש באינטרנט הוא משכיל, ותוכן שמגיע אליו דרך הרשת יהיה תוכן מקומי וספציפי לצרכים שלו. הפרסום באינטרנט יהיה מפולח טוב יותר, וכספי הפרסום ישמשו לספקי התכנים בעלי הערך הרב ביותר".

האם הפרסום יכסה את כל ההוצאות של ספקי התוכן, או שבעתיד נידרש לשלם בכניסה לאתרים?

"קשה מאוד לדרוש כסף בעבור שירות שבעבר ניתן בחינם. לפיכך רוב הרשת תישאר שירות בלא תשלום. עם זאת, האתרים המוצלחים ביותר ישלבו הכנסות מדמי מנוי ומפרסום גם יחד. הדוגמה הטובה ביותר לכך היא האתר של "הוול סטריט ז'ורנל", שגובה דמי מנוי מ־140 אלף מנויים אך מצליח לגרוף הכנסה נאה ביותר גם מפרסום" (ראו "קפטן אינטרנט", גיליון מס' 36).

כיצד ייראו הפרסומות באינטרנט בעתיד? האם אנו צפויים לראות פרסומות שיעשו שימוש בווידאו ובסאונד, וייראו כמו תשדירי פרסומת בטלוויזיה?

"אני סבור שלא נראה בשנים הקרובות פרסומות בקליפים של 30 שניות, כמו בטלוויזיה. מבחינה טכנולוגית, פרסום כזה יהיה 'כבד' מדי גם למשתמשים שיש להם גישה לקווי התקשורת המהירים ביותר. בניגוד לצופה בטלוויזיה, המשתמש באינטרנט יכול להשפיע על מה שהוא רואה, ומשתמשים לא ירצו לראות פרסומות כאלה על המחשב. המפרסמים יצטרכו למצוא שיטות פרסום חדשות המתאימות לאינטרנט".

כשבודקים את המוטיווציה של אנשים להתחבר לאינטרנט, מגלים שהמסחר אינו עומד במקום גבוה בסדר העדיפויות. בסקר שערכה באחרונה חברת פורסטר, אמרו 56% מהנשאלים כי הם התחברו לאינטרנט בגלל הדואר האלקטרוני. 45% אמרו שהסיבה להתחברות היא מידע חדשותי, 12% התחברו בגלל משחקים, 7% בגלל צ'ט, ורק 1% הצהיר שמה שמעניין אותו באינטרנט זה קניות.

אין ספק שהמסחר באינטרנט, כמו יתר הדברים ברשת, עדיין בחיתוליו. זה הרי מה שהופך את האינטרנט לנושא מעניין כל כך לימי עיון (אם להיעזר בהלצה של ארני סמסקי, היחידים שכבר עושים כסף מהאינטרנט הם המארגנים של ימי עיון שבהם מלמדים אנשי עסקים כיצד לעשות כסף באינטרנט).

דבר אחד לפחות ברור, וזה גם המסר שניסה הריסון להעביר באמצעות השיר של להקת אר־אי־אם שליווה את סרטון התדמית שהוקרן בסיום הרצאתו: בכל הקשור לעשיית כסף באינטרנט, זהו סופו של העולם שהכרנו.





האם יש גופנים בעברית שמתאימים לכל האתרים? נתקלתי כבר בעיה: אתרים שונים ממליצים על גופנים שונים, כך שיש צורך לשנות גופנים מאתר לאתר. מה לעשות?
גדי

הקפטן משיב: מה לעשות? ראשית, לא להתרגש מכל המלצה שאתה רואה ברשת – כפי שלא תרוץ להחליף מחשב בכל פעם שתראה פרסומת למחשב בעיתון. גופני הרשת שברשותך, ולא חשוב מה הם, טובים דיים לכל אתר שתבקר בו. אם תיתקל בבעיה מיוחדת בצפייה באתר, רק אז תוכל לנסות ולהחליף גופנים.

קפטן יקר, קניתי סינתיסייזר ימהה CS1x. איך אוכל לחבר את הסינתיסייזר למחשב דרך הmidi, כך שאוכל לעשות פלייבקים?

הקפטן משיב: כל מה שרצית לדעת על ה־CS1x של ימהה וקשריו למחשב תוכל למצוא ב־http://home1.swipnet.se/~w-11827/cs1x

שלום לקפטן. היכן אוכל למצוא אוסף מקיף של קובצי midi להשמעה, בייחוד של שירים משנות ה־70?
נמרוד

הקפטן משיב: אוסף מובחר של קובצי midi תמצא ב־http://neburton.simplenet.com/frame.htm. בנציגי סוף שנות ה־60 ותחילת שנות ה־70 תמצא את ג'ימי הנדריקס, לד זפלין, סגול עמוק ואחרים.

טיפ השבוע: חדשות משמחות. הגרסה החדשה של הקומיוניקייטור (4.04) פותרת רבות מהבעיות שהורגלנו אליהן. רלגו ל־http://www.browsers.com, והורידו אותה עוד היום.

קפטן שלום. בגרסה התומכת עברית של האינטרנט האקספלורר, בשרליים הימניים־תחתונים של המסך, יש תיבה של ארבעה סטנדרטים לסדור עברית. שני הסטנדרטים האחרונים נעלמו לי מהמסך לאחר שהתקנתי תוכנה של וולט דיסני. איך אחזיר אותם?
תודה מראש, לאה

הקפטן משיב: לאה יקרה, למרבה הצער תיאלצי להתקין מחדש את האקספלורר. ניתן לעשות זאת דרך http://download.netvision.net.il/ie3.html

באחרונה רכשתי מודם חדיש 33,600, אבל המהירות הגבוהה ביותר שבה אני מצליח להתחבר לאינטרנט היא 28,800. ספק האינטרנט שלי הוא נטוויז'ן. האם יש סיבה למהירות זו, והאם ניתן לשפר את המצב?
תודה, גיל

הקפטן משיב: גיל היקר. מבירור שערכנו עם נטוויז'ן עולה כי אכן, אתה אמור להתחבר במהירות 33,600. לפיכך יש שלוש פעולות שעשויות לעזור לך:

1. גש ל־התחל/תכניות/עזרים/חיוג_לרשת, הקש על הכפתור הימני בעכבר מעל לסמל ההתחברות הרצויה, ובחר במאפיינים. בחר ב־קביעת תצורה/כללי/מהירות מרבית, וקבע את המהירות 115,200.
2. מצא את החוברת הקטנה של המודם שהגיעה יחד עם המחשב, ומ־התחל/תכניות/עזרים/חיוג_לרשת, בחר ב־קביעת תצורה/יצירת_קשר/מתקדם. כעת מצא בחוברת את המחרוזת (String) המורה למודם לעבוד במהירות 33,600, והכנס אותה ב־ הגדרות נוספות.
3. אם 1 ו־2 לא עוזרים, התקשר לנטוויז'ן ובקש עזרה.

קפטן יקר, האם תוכל להמליץ על אתר ללימוד גרמנית?
שלך, רסנה

הקפטן משיב: נסי את האתר בכתובת http://web.uvic.ca/german/149

שלום. אני בונה לי אתר בעברית בעזרת "פרונטפייג'". נאמר לי שהדרך הפשוטה ביותר לשתול את העברית היא צילום והעלאה של הטקסט כתמונה, אבל אז הרזולוציה אינה טובה דיה, והכיתוב נראה ממש מטושטש. מה לעשות? האם יש דרך פשוטה לשתול עברית, כך שכל משתמש יוכל לראותה, ועדיין היא תיראה טוב על המסך?
תודה, מיכל

הקפטן משיב: "צילום" מסך וורד באמצעות תוכנה לתפיסת מסכים (כגון SnagIt – ftp://ftp.techsmith.com/pub/products/snagit/snagit.exe) אכן אינו מניב תוצאות ברורות מספיק. הדרך הנכונה לבצע זאת היא למצוא תוכנה גרפית התומכת בעברית (כמו זו הבאה עם חלונות 95 ב־התחל/תוכניות/עזרים/צייר), ולכתוב בה בעברית. לאחר מכן יש להפוך את התמונה ל־Gif. אם התוכנה הגרפית יכולה לעשות זאת, מה טוב. אם לא, ניתן לשנות תמונה ממבנה למבנה באמצעות תוכנה מיוחדת כמו זו שנמצאת בכתובת ftp://ftp.cdrom.com/.12/sac/graph/jic20.zip.
פתרון פשוט בהרבה – אך בתשלום – מסופק על ידי חברת קיוטקסט. פרטים בכתובת: http://www.qtext.co.il

קפטן יקר. היכן אוכל למצוא את האתר הרשמי של "גברים בשחור"?
ירדן

הקפטן משיב: הכתובת היא http://www.meninblack.com/main.html

תן לי פעמיים הזרקת לייזר

אם בכוונתכם לעלות על גל הקניות וההנחות של סוף שנת המס, ולהביא הביתה מדפסת, כדאי לקבל כמה החלטות עוד לפני היציאה לחנות

דינה שונרא

צבע או שחור־לבן?

קוני המדפסות הביתיות יכולים לשאול שאלה זו גם במלים "הזרקת דיו או לייזר?". אנשי המכירות של חברות המדפסות המובילות בשוק טוענים, שכיום קונים פחות מדפסות לייזר – שמדפיסות רק בשחור־לבן ומחירן סביר – ויותר מדפסות הזרקת־דיו, שמדפיסות גם בצבע. "בשביל מה? כולם רוצים צבע!" אומר דרדיו מחברת קרט (נציגי קאנון בארץ).

מדפסות שעובדות בשיטת הזרקת דיו (מדפסות 1־5 – הכינוי bubble jet מתייחס לטכניקה מסוימת של הזרקת דיו) מזריקות דיו על הדף מתוך מעין עטים נובעים. איכות ההדפסה המתקבלת עשויה להיות גבוהה, ואם מתוך "קסטת" הדיו מוזרקת דיו צבעונית, הרי שהתמונה המודפסת תהיה צבעונית. איכות ההדפסה בשחור־לבן טובה דיה לכל שימוש ביתי, ועולה על איכותן של המדפסות המשוכללות ביותר שיוצרו לפני עשור. הדף המודפס יוצא קצת רטוב, מה שעלול לגרום להתלכלכות קלה (לא משהו רציני) או להפקת דפים קצת מקומטים, עקב הלחות. מדפסות לייזר (מדפסות 6־8) מחממות תבנית של התמונה המודפסת ומדביקות על האזורים החמים דיו שנמצא בתוך קופסה. מצד אחד, מדפסות לייזר, שלפחות מבחינת המחיר מיועדות לשוק הביתי, משתמשות בדיו שחורה בלבד. מצד שני, הן נוטות להיות מהירות יותר. יתר על כן, הדף המודפס יוצא מוכן, לא רטוב.

מחיר התחזוקה של מדפסת לייזר גבוה יותר מאשר זה של תחזוקה של מדפסת הזרקת דיו. הדבר מתבטא בעיקר במחיר הקסטה של הדיו/טונר. בנוסף, מדפסת הלייזר מחממת מאוד את הדף. מצד שני, היא מדפיסה בקצב מהיר בהרבה מזה של מדפסת הזרקת דיו. למי שהמהירות לא עקרונית בשבילו (ראו בהמשך), כדאי לבחור מדפסת ביתי מסוג הזרקת דיו. במשרד – אפשר להחליט על פי שיקולים אחרים.

מה זה dpi?

אם מדברים על איכות תמונה, כדאי שנוכל להגדיר בדיוק במה מדובר. מכיוון שמחשבים "חושבים" במונחי פיקסלים, מדפסות "מדברות" במונח מקביל – dpi – או Dots Per Inch. ככל שיש יותר נקודות נפרדות בכל אינץ' רבוע, כך קשה יותר להבחין בנקודות בעין בלתי מזוינת, ואיכות ההדפסה גבוהה יותר. כלומר, גם אם הקימור באות O אינו רציף, לא נוכל לראות זאת.

אם חשוב לכם שהמסמכים שתדפיסו בבית יהיו באיכות של בית דפוס, אפשר להשקיע הון עתק במדפסת לייזר שעושה את זה חלק. אם הדרישות שלכם סטנדרטיות, כל הדפסה בשחור־לבן תספ[illegible]נכם. כשמדובר במדפסות צבע – העניין בעייתי יותר. כאן האיכות מוטלת בספק, אלא אם מדובר במדפסות עם פוטוריאליזם. מצד שני, היום כבר כמעט ואי אפשר לקנות מדפסות שלא משתמשות בטכניקה של פוטוריאליזם, כך שהשאלה [illegible] להשקיע בכך או לא היא שאלה תיאורטית [illegible]בד.

מהו פוטוריאליזם?

פוטוריאליזם הוא ההבדל בין לראות בחור מתעמל, לבין לראות בחור מתעמל על החוף לבין בחור מתעמל על החוף עם פטמות זקורות.

פוטוריאליזם מאפשר להציג את הפרטים הקטנים, במדפסת שמחירה סביר.

איך זה עובד? אלגוריתמים מיוחדים טוחנים את התמונה ומנסים להגיע לשילוב הגוונים הנכון על ידי טשטוש המרווחים בין הפיקסלים. הטכנולוגיה הזו תוציא לפנסיה את בעלי חנויות הצילום, גם הצעירים שבהם.

ומה לגבי המהירות?

למי שמדפיס מספר גדול של דפים כדאי לשקול ברצינות להשקיע סכומים גדולים למדי ברכישת מדפסת מהירה. הדפסת 200 עמודים בקצב של שלושה עמודים לדקה תארך יותר משעה, ותאפיר את שערכם.

אם אתם מתכוונים להדפיס את כל המידע שמצאתם באינטרנט בנושא "דביבונים כחיות בית", כדאי שתתחשבו בכך, ותשקלו רכישה של מדפסת מהירה. מהירות הדפסה סבירה היא של ששה עמודים בדקה, ומדפסת המדפיסה 12 עמודים בדקה נחשבת למהירה.

אם מדובר במדפסת ש[illegible]מש מדי פעם להדפסת עבודה סמינריונית, [illegible]ט לכך להדפסות של עמוד פה עמוד שם, אפשר לוותר על התענוג.

מה זאת מדפסת חלונות?

מדפסת שעובדת בשי[illegible]לונות (Windows) יודעת להדפיס רק מתוך מערכות ההפעלה של ביל גייטס. בסיס ההתקנות של חלונות גדול מספיק, כך שכיום שאפשר ליצור ציוד המיועד רק למערכת הפעלה זו. כלומר, אם אתם עובדים מתוך DOS או מתוך מקינטוש, אין לכם מה לקנות אותה.

מה המחירים?

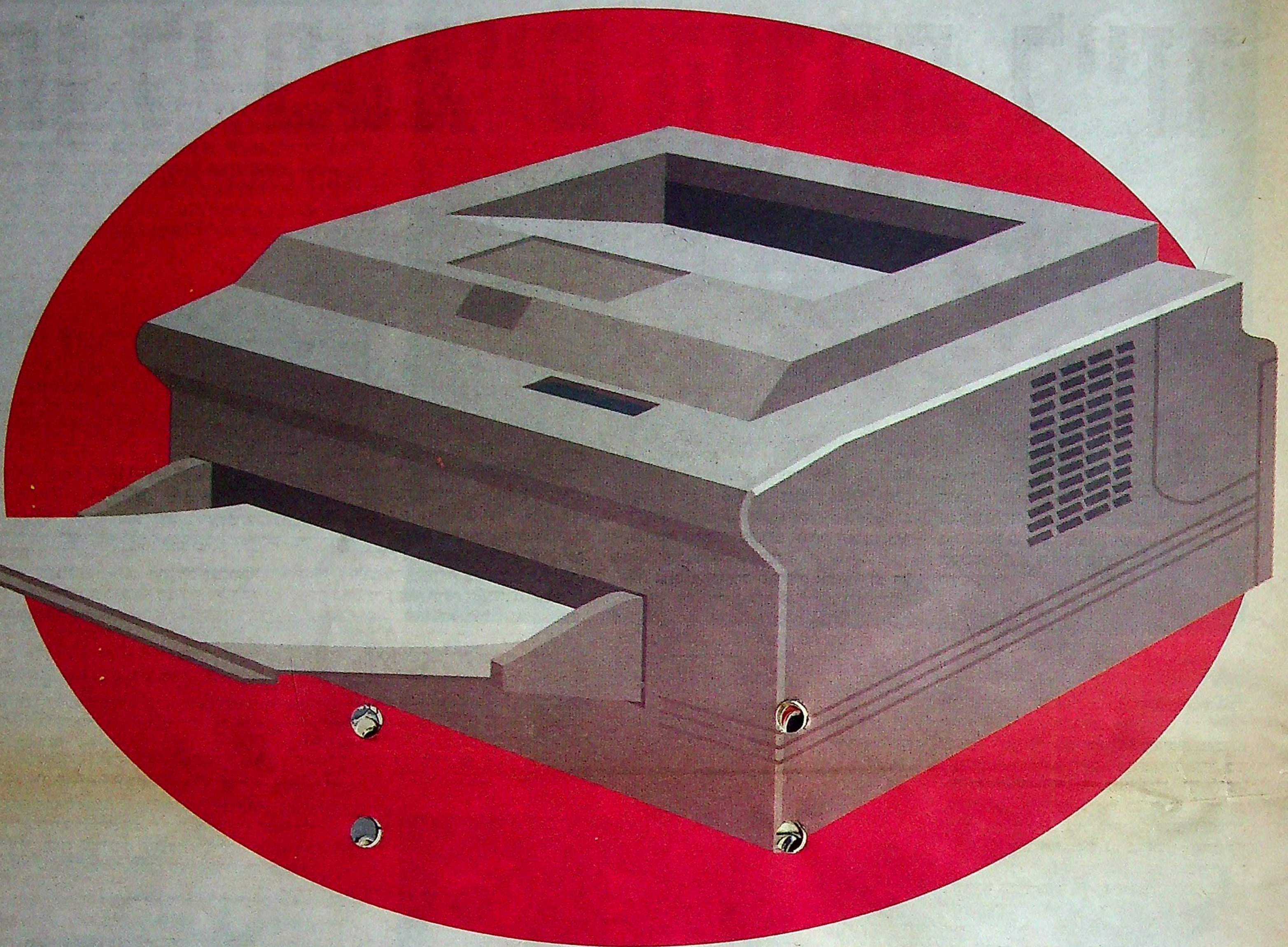
סקר זה התמקד במדפסות לשימוש ביתי או לשימוש במשרד קטן. טווח המחירים מתחיל ב־1,000 שקלים כולל מע"מ, ומסתיים קצת מצפון ל־4,000 שקלים, כולל מע"מ. לפי נציגי מכירות, רוב המדפסות שיימכרו בחודשים הקרובים יעלו כ־1,500 שקלים. רוב הקונים יצאו מרוצים. התועלת שבהוספת מדפסת למערכת המחשב הביתית מצדיקה את העלות. מצד שני, אם המדפסת אמורה לשמש משרד קטן, או שביתכם הוא משרדכם, ייתכן שכדאי להשקיע במדפסת שכוללת גם זיכרון פנימי, מגש דפים, ואפשרויות נוספות, כמו למשל כרטיס רשת (מדפסות 7־8 – מחיריהן של מדפסות אלה נקובים על ידי היבואנים בדולרים בלבד).

איך השירות?

מטבען של מדפסות, שיש בהן חלקים נעים. ומה שזז – מתחכך ומתקלקל. זה יקרה גם למדפסת שלכם. המדפסות הפופולריות ביותר לשימוש ביתי הן מתוצרת שתי חברות: היולט פאקארד וקאנון. שתי החברות מחזיקות מעבדות שירות נפרדות אך קרובות זו לזו בתל אביב, ביר אליהו. כאשר המדפסת מתקלקלת, יש להביא אותה לשם. השירות לגמרי בסדר, אצל שתיהן, אבל מומלץ להגיע עם המדפסת מוקדם בבוקר. יש מרכזי שירות ואיסוף גם באתרים אחרים בישראל. מומלץ להגיע להסדר עם החנות שבה רכשתם את המדפסת, לפיו תוכלו להביא את המדפסת המקולקלת רק עד החנות, והם ידאגו ליתר ההובלה. לכל המדפסות שבטבלה ניתנת שנת אחריות אחת. היצרנים יודעים מה הם עושים – מעט מאוד מדפסות מתקלקלות בתוך שנה אחת.

מדפסת	יצרן	שיטה	איכות ש/ל	איכות בצבע	תוספות	מחיר מומלץ
1. HP 690 C+	היולט-פאקארד	הזרקת דיו	600x600 dpi. 3-4 דפים לדקה	600x300 dpi (אפשרות לערכת פוטוריאליזם). 2 דפים לדקה	כולל ערכת פוטוריאליזם	1,290 שקל כולל מע"מ
2. BJC 4200	קאנון	מתאים לכל PC	720x360 dpi	פוטוריאליזם	כולל ערכת פוטוריאליזם	1,250 שקל לא כולל מע"מ
3. BJC 4300	קאנון	bubble-jet	720x360 dpi	פוטוריאליזם	ניתן להוסיף (בתוספת מחיר) ראש סורק למסמכי צבע באיכות 360 dpi	1,500 שקל לא כולל מע"מ
4. HP 870 CXI	היולט-פאקארד	הזרקת דיו. חיבור ל-PC או מק	600x600 dpi. 5 דפים לדקה	600x300 dpi (אפשרות לערכת פוטוריאליזם). 2 דפים לדקה		1,795 שקל כולל מע"מ
5. BJC 80	קאנון	הזרקת דיו. Windows	720x360 dpi. 5 דפים לדקה	360X360dpi. (אפשרות לפוטוריאליזם). 2 דפים לדקה.	מדפסת ניידת. מקבלת נתונים באינפרה אדום.	1,000 שקל לא כולל מע"מ
6. LBP 660	קאנון	Windows בלבד	600x600 dpi. 6 דפים לדקה	אין		1,690 שקל לא כולל מע"מ
7. 6P	היולט-פאקארד	לייזר	600x600 dpi. 8 דפים לדקה	אין	2.5MB זיכרון. הדפסה מתוך מגירה או מגש מתכוונן. אפשר לשלוח נתונים גם דרך אינפרה אדום	970 דולאר לא כולל מע"מ
8. 5	היולט-פאקארד	לייזר	600x600 dpi. 12 דפים לדקה	אין	4MB זיכרון. כרטיס רשת פנימי. אפשרות למגירת 500 דפים, אפשרות הדפסה משני צידי הדף.	1,340 דולאר לא כולל מע"מ

תודה לגיא מסטאר מחשבים, ליפית מחברת א. נין-נון ולדרדיו מחברת קרט.



אף אחד לא מת, זו רק המדפסת

קווים לדמותה של מדפסת הסיכות. הרעש הנוראי, הנייר התקוע, החורים, הפינים. היו זמנים, וטוב שהיו

איך יודעות המדפסות מתי העבודה חשובה מספיק כדי לקלקל אותה? למעשה, זה פשוט מאוד. הדיבוק יודע. זה הסוד של היצרנים. דיבוק בן־זמננו, הפנטום של הזרקות הדיו, שששמה להיכנס בציוד ממוחשב, כדי להזיק יותר מתמיד לבני האדם. כמו תמיד, לדיבוק יש תחבולות רבות שבעזרתן הוא יכול לשטות בנו.

לפעמים הוא משנה את המנגנון הפנימי והופך את המכשיר שחשבתם שהוא מדפסת למגרסה. לפעמים הוא מתיישב על אחת האותיות ולא נותן לה להתבטא על הדף. לכו תכתבו מכתב תלונה לחברת א. נין־נון כשהאות נו"ן אינה מודפסת.

"לרו_ן מחברת _ין- _ון, א_א, הרם לי־טלפון. המדפסת החדשה שק_יתי ביום ש_י לא מוכ_ה להדפיס את מה שא_י כותבת". ורק תנסו להזמין טכנאי (טכ_אי) שיתקן את האות _ון במדפסת חדשה לגמרי, בחודש דצמבר, לאחר שכל העם ק_ה מדפסות שאף אחת מהן לא מדפיסה את כל האותיות. הדיבוק מחכך ידיו בהנאה ומגחך.

הדיבוק ששכן במדפסת השנייה שהכנסתי לביתי נהג לקמט את הנייר. זו היתה מדפסת סיכות חדשה לגמרי, בימים שבהם חיות כאלה עדיין הסתובבו על פני כדור הארץ. מדפסות אלה דרשו נייר רציף, עם חורים בצד ואישיות אלימה. מי שלא חווה, ייאלץ לדמיין: שמים את החור שבצד שמאל של הנייר על הפינים מצד שמאל, מותחים את הנייר ומיישרים אותו ושמים את החור שבצד ימין על הפינים מימין. אחר כך מקללים את הנייר שנקרע, מורידים את הגיליון הקרוע ומנסים שוב, בגיליון חדש. כשקניתי נייר רציף בקרפסאות של אלף גיליונות יכולתי לבלות כמעט יומיים, בישיבה על הרצפה, מתחת לשולחן, מאחורי אוסף כבלי החשמל והנתונים, כי רק משם אפשר להגיע לדיבוק שקורע את הנייר.

שאלתי את האיש הכי מבין שהכרתי. איש חכם, שבילה את כל ילדותו ליד מחשבים (מה שלא נשמע מרשים עד שאבהיר שמפאת גילו, הוא למד לקרוא כרטיסים מנוקבים לפני אותיות). "אה, את פשוט צריכה להתאים את השטיפטים של הגרייצרים," הוא אמר. בפעם האחרונה שהסתכלתי, הגרייצרים היו המשפחה שגרה בקומה השנייה. והם היו אנשים מהוגנים, בלי שום שטיפטים מיותרים בחיים.

אבל כישורי קריעת הנייר לא היו מה שנתן למפלצת מלוך נס את שמה. ולא קניתי אותה בסקוטלנד אלא ברחובות. המפלצת חשפה את פרצופה האמיתי בעת שהפעלתי אותה בהדפסת איכות.

לאלה מהקוראים שלא עבדו עם מדפסות כאלה, צריך להבהיר שהיה אפשר להדפיס בהן בשלוש דרגות איכות: "בלתי קריא", הדפסה באפור חלש, רעש בלתי נסבל של גיר חורק על לוח ואותיות שחסרות בהן נקודות (הרגל של הת', הצ'ופצ'יק של המ'); "איכות ירודה", הדפסה באפור חלש, רעש של גיר חורק על לוח, אבל בלי להחסיר נקודות; "איכות גבוהה", אפור קצת פחות חלש, אבל רעש הרבה יותר חזק.

נחזור שנים רבות אחורה, למדפסת הראשונה שלי. המקום: מעבדת המחשבים של האוניברסיטה. לימודי מחשבים הסתפחו, מסיבה זו או אחרת, למחלקת המתמטיקה. הם הביאו איתם תקציבי ענק וציבור גדול של סטודנטים עם סימנים של דולרים בעיניים – תופעות שלא נצפו קודם לכן בפקולטות הישנוניות.

את מעבדת המחשבים תמיד ממקמים במרתף, כי המתמטיקאים לא ששים לכלות את כל התקציבים החדשים על שיפור תנאיהם של אנשי המחשבים. את המדפסת המשותפת (או, במלים אחרות: המדפסת היחידה) שמים בקצה המרוחק של המרתף, מעבר לדלתות החירום, בפינה שאין בה אור. כמובן שעובדי המעבדה, סטודנטים עצלים, לא רוצים לבקר אצל המדפסת מדי רבע שעה, לבדוק אם עוד יש לה נייר ואם הוא ישר וכדומה. הם צריכים לטפל בה כשהיא גומרת את הנייר וזה מספיק מעיק כשלעצמו.

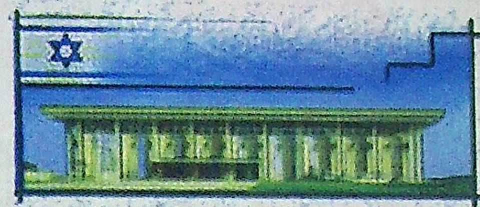
אחד הבחורים המתוקים החליט להוסיף לה קופסת מוסיקה. הקופסה זיהתה את מצבי השגיאה ("נייר תקוע", "דף מקומט", "נגמר סרט הדיו") וניגנה בקול גדול שירי אבל שונים, שיר לכל מצב שגיאה. איך אתם הייתם מרגישים אם אי שם בתוך מרתף היה מהדהד פתאום מארש, אבל בקולי קולות? "לא, לא הולכים לקבור פה אף אחד", הבטיחו לי עמיתי לעבודה. "זו רק המדפסת".

דינה שונרא

פוליטיקה לנוער

החינוכי־רשמי

כשמיטב מעצמות תבל, ובכלל זה אנחנו, נשלטות על ידי גברים שאך עברו את משבר גיל ה־40, אין זה פלא שחינוך פוליטי מתחיל בגיל צעיר, ושהילדות של הדור הנוכחי כבר אינה מורכבת אך ורק מנדי, אוזניון וחברי החמישיה הסודית. "כנסת צעירה" הוא חלק מהאתר הרשמי, החגיגי והמהודר של כנסת ישראל, אתר בכחול־לבן, באנגלית ובעברית. הוא נבנה בשיתוף עם המרכז לטכנולוגיה חינוכית, ואכן מזכיר תוכניות לימוד לאדעות, וגם לא מרטיטות במיוחד. יש בו דיון שבועי בתחומים רלוונטיים מתמיד: דמוקרטיה



והסתה, חופש הביטוי מול תעמולה לא־לגיטימית. הילדים המבקרים באתר מתבקשים גם לתת כותרת לתצלום/איור, ויש להם הזדמנות לפתור חידות ולזכות בפרסים. האיור שמופיע כעת מתאר קבוצת מפגינים זועמת המניפה שלטי נאצה בלשון בוטה. הכותרות שהוצעו עד כה מוצגות באתר, וכוללת משפטים בנוסח "מחאה מקוללת".

http://www1.knesset.gov.il/youth

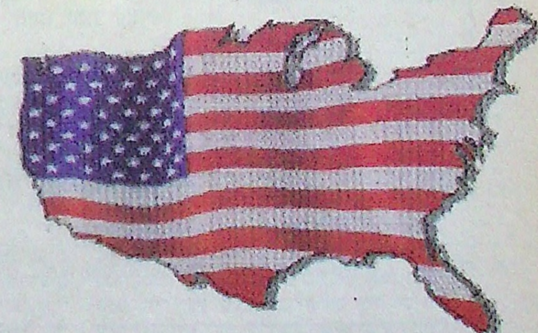
האידיאולוגי־מנוסה

האתר של נוער העבודה בתל אביב מפתיע ברמת השפשוף הפוליטי העולה ממנו. יש בו כל מה שאפשר לחפש באתר של צעירים בדרך להגשמת שאיפותיהם הפוליטיות, ואין בו את הנאיוויות הבלו... מסויגת שאפשר לצפות שתהיה לפני הקדנציה הראשונה. להצגה הרשמית של עמדות נוער העבודה בעניינים בוערים כגון דת ומדינה, שלום וביטחון וכיו"ב, מצורפים העמודים המתבקשים של ביקורת על ראש הממשלה, הצגת הח"כים ופועלם הפוליטי, עמודי מחווה למנהיגי מפלגת העבודה ועמוד לזכר יצחק רבין. האתר כולל אפשרות חיפוש, עמודי סטיקרים שאפשר להוריד ולהדפיס לבד, ותוכנות מוכנות להורדה בעלות שמות כגון "הצילו את התקציב".

http://www.geocities.com/CapitolHill/1543

האמריקאי־קורקט

לא שאצלם לא רוצחים נשיאים ומנסים להתנקש באחיהם, ולא שאצלם מנהיגי האומה תמיד נקיי כפיים וועדות החקירה תמיד מגיעות למסקנות הגיוניות – אבל איכשהו, האמריקאים יודעים איך לתת לכל דיון פוליטי נופך תרבותי ומעונב. זהו הרושם שעושה האתר של תנועת הפעילים הפוליטיים הצעירים באמריקה, אתר המעודד את הנוער להשמיע את קולו, ובבוא העת גם להצביע ולהשפיע. התנועה, שנוסדה בפילדלפיה, קוראת לצעירים לשתף פעולה בכל פעם שעולה לדיון בבית המחוקקים חוק העשוי להשפיע על חייהם.



http://www.libertynet.org/~yamerica

אתר חינוכי/לימודי לילדים המעוניינים לדעת מהן הזכויות והחובות של כל אזרח אמריקאי, וגם קורא להם להשתתף בקבוצות דיון שבהן ילמדו איך לזהות סוגיה פוליטית ובאילו דרכים לטפל בה. האתר, המיועד לילדים בני 7־12, פונה אליהם באמצעות סיפורים ושאלות הדורשים לערוך תחקירים בעניינים שונים ולגבש עמדות על סמך עובדות.

http://www.cpn.org/sections/topics/youth/stories-studies/active_citizenship.html



כדורגל

המולדת

אנגליה. המקום שבו כדורגל הוא התרבות, תת־התרבות והא... תרבות, המולדת הפיסית והרוחנית של המשחק, אשר למרות 30 השנה שעברו מאז זכתה בגביע חשוב בתחום, היא עדיין המדינה הל־כאורה תרבותית שבה כל הגבולות נפרצים כשהנבחרת הפותחת עולה למגרש. "סוקרנט" הוא אחד האתרים הראויים לביקור מטעם מי שכדור... אנגלי עדיין עושה להם את זה. האתר מתעדכן לעתים קרובות, ועוקב באדיקות אחר קבוצות, מועדונים ומנהלים, תוצאות משחקים, סכומי כסף המחליפים ידיים בענף, רכילויות, הערכות וניתוחים.

http://www.soccernet.com

ENGLAND
2006

האתר הלא־רשמי של נבחרת אנגליה הוא אחד מאלה המתוחזקים על ידי המעריצים, המגיבים בלהט ועוצמה רגשית על כל הצלחה או כישלון של אליליהם. מלבד החדשות, העדכונים והתגרבות האישיות, יש כאן עמודי נוסטלגיה חביבים המתארים משחקים גדולים של הנבחרת, וכן ביוגרפיות ותמונות של כל אחד מן השחקנים. אפשרות הצ'ט הבלתי נמנעת תקשר אתכם עם אוהדי כדורגל אנגלים, וזו אולי ההזדמנות להחליף איתם כמה מלים, ממרחק בטוח.

http://www.users.dircon.co.uk/~england

המולדת שלנו

בכל יום א', לאחר שנדמו שאגות האוהדים שעל הטריבונות, והשדקנים חזרו הביתה עייפים אך מרוצים, מתעדכן אתר תוצאות הליגה הלאומית הישראלית בכדורגל, והתוצאות, החישובים הסטטיסטיים והנתונים המעודכנים של הקבוצות השונות נחשפים לציבור. לא אתר רב־השראה, אם כי העיצוב כמחברת ספירלה צהבהבת חינני למדי. חיוני למי שבילה את השבת בצמוד לשירים ושערים, עבר על כל מדורי הספורט ובכל זאת רוצה לבחון הכל מקרוב.

http://www.bestware.co.uk/sport/ifl96

האתר הרשמי של בית"ר ירושלים, הקבוצה בעלת קהל האוהדים חם המזג, הנאמן והמשקיע ביותר מאז ומתמיד, הוא אתר מסודר ומאורגן, הכולל פרופילים מקצועיים ואישיים של הסגל, דיווחים דרמטיים מן המשחקים האחרונים והצצות למשחקים, והכל בלשון שלא היתה מביישת את הטורים המתלהמים ביותר במדורי הספורט. האווירה רצינית, גם אם לעתים נדמה שחלק מהחומר נכתב (ובוצע) על ידי הגשש החיוור. מכתבי המבקרים והראיונות עם דמויות מפתח מספקים חומר קריאה מעניין לחובבים.

http://www.beitar-jerusalem.org.il



האתר הלא־רשמי של בית"ר ירושלים הרבה יותר תוסס וצבעוני, ויש בו שפע של תמונות אלי אוחנה בטכניקולור, המעוררות את הרושם שמדובר באלבום פרטי של מעריץ שרוף. המידע הרב כולל דיווחים על החלפות ורכש, הסיכויים בגביע אירופה, פינת "הכר את האנשים שמאחורי המנורה", וכמובן עמוד של מועדון המעריצים שאליו אפשר להצטרף דרך האתר. טאץ' חינני מוסיפים השלטים בסטייל השילוט האלקטרוני הנפוץ באיצטדיונים.

http://members.tripod.com/~beitar

לא לגברים בלבד

"בלי סקס, בלי כסף – רק כדורגל" הוא אתר לא־מצ'ואיסטי מפתיע, שעוסק בעיקר בכדורגל אנגלי ומיועד לקידום ההתעניינות בענף גם בנשים וטף. בניגוד לאתרים המתייחסים לכדורגל ברצינות מדאיגה, כאן הרעיון המרכזי הוא הכיף, הפנאן והצחוקים – ולכן יש פה יותר רכילות מדיווחים מקצועיים, ואין אלימות מילולית בכלל. תרצאות משחים, גביעים וטבלאות יש גם פה, אבל גם אגף שלם לסיפורים מצחיקים, מהתלות ועובדות ביזאריות.



http://www.tis.co.uk/football

בסקר שהתפרסם באחרונה התברר כי 88% מאוהדי מנצ'סטר יונייטד מעולם לא ביקרו באיצטדיון הבית של הקבוצה, וכי למעשה חלק גדול מהם בכלל מתגוררים בהודו, נפאל, הולנד, ואפילו ישראל. השדים האדומים הכמעט בלתי מנוצחים, עם או בלי אריק קנטונה, מנקודת מבט של מעריץ שטרח ואסף המון תמונות, ואפילו הקים חדר מפגשים לחברים לצרה.

http://homepages.iol.ie/~redcafe

מזון מהיר

מאחורי הקלעים

ניסיון לחפש אתרים לפי המלה "מקדונלדס" באחד ממנועי החיפוש הנבחרים, הניב כמה מאות מיליוני תוצאות. רובן מפנות לאתרים שעוסקים במשפט הדיבה המפורסם, שהסתיים השנה בניצחון של ענק ההמבורגרים, ואחרים מיוחדים למשפחת מקדונלד, משפחה סקוטית אמריקאית שקטה, שמצאה לנכון להודיע לציבור שבאתר שלה אין בשר טחון. אחת המציאות הכי נחמדות בענין הוא הסימולטור, המתעד בפרטי פרטים (ואף יותר מכך) יום בחייו של עובד במקדונלדס. העיצוב מרהיב, ולכן גם מי שסף השעמום שלו נמוך למדי, ימצא את עצמו מעיין בסדרת התמונות הראשונה – העוקבת אחר העובד האלמוני מרגע שהוא פוקח את עיניו, דרך ההתלבטות הגורלית אם לכבות את השעון המעורר ולנמנם עוד קמעה או לזנק מן המיטה אל המקלחת, ארוחת הבוקר וההתלבטות הגורלית עוד יותר בשאלה איזה דגנים לאכול מהמלאי במטבח ועד הגיעו לעבודה. אם תמיד רציתם להציץ אל מאחורי הקלעים, לראות איך מכינים צ'יפס, איך מטגנים קציצות בשר ואיך מנגבים את הידיים מעודפי הקטשופ – הסימולטור הוא המקום בשבילכם.

http://www.conceptlab.com/simulator

קטלוג לקניית צעצועים שבדרך כלל מצורפים לארוחות ברשתות המזון המהיר, מדמות הנסיך של בת הים הקטנה אוחז בלובסטר, צעצוע שחולק בבורגר קינג, ועד לנחש מ"ספר הג'ונגל" על קפיץ, ממקדונלדס. למרבה הצער – בלי תמונות.

http://members.aol.com/mltplsanta/ff.html



בחזרה לשורשים

תנועת המחאה נגד המזון המהיר, שסמלה חילזון מחייך, נולדה – כמה לא מפתיע – באיטליה. התנועה מייחדת את האתר הסימפטי ומעורר התיאבון שלה לקידום מנהגי אכילה מבוססי איכות, ואף שאינה מזכירה ולו במלה אחת את רשתות המזון המהיר, היא מנהלת קמפיין שאותו אפשר לסכם במלים: הקדישו זמן, אוכל טוב דורש תשומת לב. האתר כולל, כמובן, מתכונים, ויש בו גם עמודים לענייני יין, שבלעדיו אין ארוחה מושלמת. קטלוג מוצרים נאה מוגש לעיונכם, וניתן להזמין ממנו מוצרים. האנגלית לא תמיד משובחת, אבל זה הרי חלק ניכר מהצ'ארם של האיטלקים במטבח ומחוצה לו. מאחורי האתר עומד קרלו פטריני, מי שמוגדר על ידי התנועה כפרופסור של המזון, ושנחרד מהמחשבה שהעולם כולו בולע מזון פלסטיקי־תעשייתי בחופזה, שגם הוכח כמסוכן ללב ולכליות.

http://www.veronafiere.it/slowines

קטנים אבל מחונכים

חשבתם שהסינדרום נעלם מן העולם? מתברר שהוא חי וקיים, והגרסה נטולת הסקס, הדילמות הרומנטיות וההומור שלו מעוררת בהרחבה את אתר הבית של ועדת הבריאות הלאומית הבריטית, שמטרתו לחנך את בני הנוער לתזונה נכונה. האתר מיוחד למאבק במזון מהיר, שיחד עם אלכוהול, מהווים 90% ממה שהנוער האנגלי מכניס לפה. האתר החינוכי מנסה להיות גזעי למשעי, ומסתייע בעיצוב מרהיב וצבעוני. הוא עמוס תמונות של זוגות צעירים או חבורות נוער המבלים ביחד, הרוכבים לקולנוע או משתעשעים בחוצות העיר – והטקסט שמופיע לצד התמונות מלמד על ההתלבטויות המובילות לבחירה במזון מהיר או פיש־אנד־צ'יפס כמזון אידיאלי לצעירים. האתר מציע מאכלים קלים להכנה, וחטיפים לא פחות, בעלי ערך תזונתי רב יותר – וכדי לא להבריח את הקהל הצעיר, הוא מציע לצד רשימת עובדות מדעיות מעניינות, גם משחקים, חידות ואפילו פרסים.

http://www.thinkfast.co.uk/launch.html

אתר הקפטן:
http://www.haaretz.co.il/captain

המצעד

עשרת אתרי הקניות הטובים ברשת, לפי הדירוג של 10 best (http://www.10-best.com):

- http://www.ishops.com
- http://www.branch.com
- http://www.bmark.com/aa
- http://www.sharperimage.com
- http://www.landsend.com
- http://www.nystyle.com
- http://www.behome.com
- http://www.harleymall.com
- http://www.autoworld.com
- http://shops.net



אתרים חדשים

על טעם וריח. "מדריך התבלינים" ידריך אתכם ביד בוטחת בעולם המתעתע של העירית, התימין, אבקת הצ'ילי ועוד עשרות קרובי משפחתם, יספק מידע על ההיסטוריה, המוצא, הטיפול והאחסון המתאים לכל אחד מהם, יציע במי להשתמש למה, ובסוף יספק גם שורה של מתכונים לבשלנים בכל הרמות. זהו אמנם אתר מסחרי, אבל כזה שמצדיק ביקור.

http://www.spiceguide.com

משחקי ברידג' מול המחשב או מול גולשים אחרים מתקיימים באתר מועדון הברידג' הישראלי, בשיתוף חברת נטוויז'ן.

http://www.netvision.net.il/okbridge

כבוד השופט. שידור חי מתוכנית הטלוויזיה האמריקאית המזכירה את בית המשפט לתביעות קטנות. בראש הדין עומד אד קוץ', לשעבר ראש עיריית ניו יורק. שידור שבועי.

http://www.peoplescourt.com/bindev/wb.cgi?MIval=main_promo

עוד קסם. כל מה ש"סנונית" עושים, הם עושים מצוין. והפעם, אתר הבית לבית הספר הקהילתי למדעים, "נופים", הנמצא בעפולה. נראה יופי, מעניין ומכיל קישורים. פשוט אתר נהדר, כולם יכולים ללמוד נית.

http://schools.snunit.k12.il/nofim



ההסתדרות הרפואית בישראל
סניף תל-אביב - יפו

נו, טוב. האתר של ההסתדרות הרפואית בישראל (סניף תל אביב־יפו) הוא לא הדבר הכי מתוחכם ועדכני שתמצאו ברשת, אבל צריך גם דברים כאלה.

http://www.ima-tajbr.org.il

וקצת על עסקים. חברת "נט־ספוט" מנסה להחדיר עוד עסקים ישראליים לרשת, ולהסביר את הפוטנציאל הגדול של הרשת.

http://www.net-spot.co.il

לילדים. ב"קליקיד" אפשר לשחק בחדר המשחקים, לפטפט בחדרי הפטפוט, להשאיר מודעה על לוח המודעות. נחמד ביותר.

http://www.clicknet.co.il/clickid

יהיה טוב. "יש אור בקצה המנהרה", "זה יכול להיות יותר גרוע", "מה שלא הורג אותך מחשל אותך" – ועוד כ־2,000 קלישאות אפשר למצוא באתר הקלישאות הגדול, שיספק לכם משהו הכם וחסר משמעות להגיד לפי הסיטואציה המבוקשת. ויש גם עמוד מעולה של קלישאות מסרטים. להגיד שוב ושוב, עד שמתחילים להאמין. קה סרה סרה.

http://www.westegg.com/cliche

בהכנת המדור השתתפה: דפנה לוריינו ביץ



חדש! "פועלים באינטרנט"... והמידע על חשבונותיך גולש אליך*

"פועלים באינטרנט" והמידע על חשבונותיך מגיע אליך ישירות בזמן הנוח לך. זה פשוט, זה נוח וזה בטוח!

איזה מידע ניתן לקבל דרך "פועלים באינטרנט"?

■ תנועות העו"ש האחרונות ■ פירוט תיק ההשקעות: פר"י ופקדונות בשקלים, ניירות ערך, תוכניות חיסכון, קופות גמל ומט"ח ■ פירוט חיובים לחודש הקרוב בכרטיס האשראי ■ אשראי בשקלים ועוד.

איך מצטרפים?

פשוט! נכנסים לסניף וחותמים על טופס הצטרפות. מקבלים קוד סודי וסיסמא אותם יש להקיש בעת הכניסה לשירות "פועלים באינטרנט".

כתובתנו באינטרנט: www.bankhapoalim.co.il

*מותנה באישור בנק ישראל

בנק הפועלים

בנקאות שבאה אליך